

SUORATOISTOPALVELUT JA ÄÄNITETUOTANNON DEMOKRATISAATIO SUOMESSA

Juho Kaitajärvi-Tiekso

Suoratoistopalvelut ovat kasvattaneet suosiotaan Suomessa jo toistakymmenettä vuotta. Miten suoratoisto eli striimaus on vaikuttanut äänitteiden tuottajiin, jakelijoihin ja artisteihin? Tämä artikkeli luotaa suoratoistopalveluiden ja äänitetuotannon demokratisaation historiallista kehitystä Suomessa konjunktuurallisesti niiden taloudellisessa, poliittisessa ja sosiaalisessa kontekstissa.

JOHDANTO

Suomessa on suoratoistettu musiikkia netistä nyt reilu 10 vuotta. Tämän hetken suosituin musiikkipalvelu Spotify julkaistiin lokakuussa 2008 – toki muita sivustoja kuten Youtube ja Myspace oli käytetty musiikin suoratoistoon jo joitakin vuosia aiemmin. Striimausta voi pitää tällä hetkellä radion jälkeen suosituimpana äänitemusiikin kuunteluformaattina Suomessa – niinpä sen kehitystä ja vaikutuksia äänitetuotantoon on tärkeää tarkastella historiallisesti.

1990-luvulla kotitietokoneet toivat ammattimaisen äänitys- tai äänentuottamisteknologian kuluttajan ulottuville.¹ Niiden ohjelmistopohjaiset studio-ohjelmat mahdollistivat cd-tasoisien moniraitaäänityksen ja äänen muokkauksen, jota voi verrata ammattilaistudioihin. Äänitysstudio-ohjelmistojen ja sisäisten tai ulkoisten äänikorttien hinta laski merkittävästi vuosituhaten taitteessa. Lisäksi kotitietokoneet antoivat ohjelmistopohjaisesti elektronisen musiikin tekemiseen tarvittavat työkalut, jolloin musiikin tyyli oli – ja on – tiukasti sidoksissa käytettävään laitteistoon.

Valmiiden äänitteiden monistamiseen liittyvät teknologiset kulut ovat laskeneet, kun musiikkia on alettu säilyttää bittimuotoisena informaationa, kuten mp3-musiik-

kitiedostoina, joita on jaeltu niin sanottujen fyysisten, yksittäisten äänitteiden sijaan internetin kautta.² Kuluvalla vuosikymmenellä ollaan siirretty laajamittaisesti suoratoistoon (”striimaus”, engl. *streaming*), jossa musiikki toistetaan suoraan internetistä kuuntelutalanteessa, eikä kuluttaja enää omista musiikkia edes bittimuodossa laitteensa kovalevyllä. Samalla musiikin kulutus on muuttunut myös multimodaalisemmaksi: musiikki muodostaa usein vain yhden osan kulutusta mediakokonaisuudesta, joka voi olla musiikkivideo tai vaikka videopeli.

Äänitteiden tuotantoteknologian kehitys on synnyttänyt uudenlaisia tutkimuskökelmiä. Yksi näistä on äänitetuotannon demokratisaatio, jolla tarkoitetaan sitä, että mahdollisuus äänitemusiikin tuottamiseen ja jakeluun ulottuu tasapuolisesti kaikille.³ Kysymys demokratisaatiosta heräsi toden teolla 1970-luvulla, kun kasettinauhurit yleistyivät ja studioiden moniraitateknologian hinta laski.⁴ Vähillä kuluilla toimineiden pienten, niin sanottujen riippumattomien tuottajien katsotaan ainakin yrittäneen demokratisoida äänitetuotantoa 1970- ja 1980-luvun taitteesta lähtien.⁵ Vaikka kansainvälisen kehityksen tapaan suuri osa tuon ajan tuottajista Suomessa on lopettanut toi-

mintansa tai myyty isommalle yhtiölle, pienten äänitetuottajien määrä on ollut Suomessa tasaisesti kasvussa.⁶

Jos vuosituhanen vaihteessa tutkijoita kiinnosti digitaalisen äänitysteknologian leviäminen tavallisille kuluttajille, tuoreimassa tutkimuskirjallisuudessa demokratisaatio liitetään erityisen usein äänitteiden digitaaliseen jakeluteknologiaan kuten internetissä jaeltuuihin musiikkitiedostoihin tai suoratoistoon. Internetin vaikutus median demokratisaatioon on kiinnostanut tutkijoita paljon laajemminkin.⁷ Musiikin osalta etenkin 1990- ja 2000-luvun taitteessa oletettiin, että digitaalisatio on tuonut tuotantovälineitä laajemmän käyttäjäkunnan ulottuville ja täten edistänyt äänitetuotannon demokratisaatiota. Kuluvalla vuosikymmenellä digitaalisen musiikintuotannon demokratisaatiota edistävään vaikutukseen on suhtauduttu varauksellisemmin.⁸

Tarkastelen tässä tutkimuksessa äänitetuotannon demokratisaatiota Suomessa suoratoiston aikakaudella. Miten suoratoisto on vaikuttanut äänitetuotannon demokratisaatioon, eli mahdollisuuteen tuottaa ja jaella äänitemusiikkia tasapuolisesti? Lähestyn demokratisaatiota monitahoisena käsitteenä. Demokratia itsessään on joustavasti ymmärrettävä ja käytettävä termi, jolle tuskin löytyy yksiselitteistä, kaikkien jakamaa määritelmää. Sitä voidaan kuitenkin hyödyntää analyyttisenä käsitteenä esimerkiksi tarkasteltaessa mahdollisuuksia käyttää tuotantovälineitä.⁹ Tarkastelen demokratisaatiota erityisesti suhteessa tuotantoteknologian kehitykseen. Teknologian puolestaan ymmärrän muun muassa kulttuurintutkimuksessa käytetystä konjunkturaalisesta näkökulmasta.¹⁰ Teknologia on yksi ulottuvuus konjunktuurissa, monipolvisessa todellisuudessa, joka on useiden muidenkin kuten taloudellisten ja poliittisten ulottuvuuksien summa.¹¹ Esittelen konjunkturaalista analyysiä tarkemmin alla, mutta ensin määrittelen syvemmin tutkimukseni suh-

teen demokratisaation ja tuotannon käsitteisiin.

TUOTANNOSTA JA SEN DEMOKRATISAATIOSTA

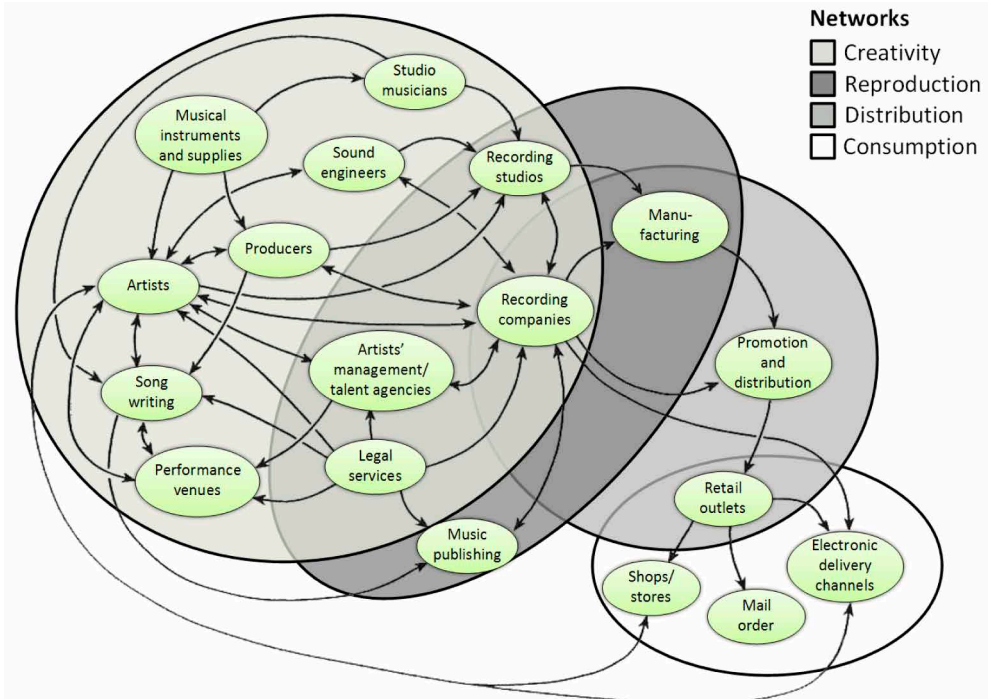
Hesmondhalgh¹² on hahmotellut, että mediatuotannossa demokratisaation tulisi pitää sisällään ensinnäkin mahdollisuuden osallistua, eli pääsyn tuotantorakenteisiin mahdollisimman monelle. Järjestelmää, jossa tuotanto edellyttää niin tuottajilta kuin tuotetuilta musiikintekijöiltä tiettyä sukupuolta, erikoistumista tai luokka- tai etnistä taustaa, ei Hesmondhalghin mukaan voi pitää erityisen demokraattisena. Ensinnäkin pääsy tuotantorakenteisiin edellyttäisi myös niiden desentralisointia: tuotannon tulisi jakautua tasaisesti niin maantieteellisesti kuin tuotanto-organisaatioiden osalta.¹³ Toiseen Hesmondhalgh¹⁴ esittää, että demokratisaatioon kuuluu kollektiivisuus ja yhteistyö tuotanto-organisaatioiden sisällä ja niiden kesken. Tämä pitää sisällään hierarkioiden välttämisen ja tasapuolisen tulonjaon osapuolten kesken. Kolmanneksi demokratisaation ominaisuudeksi Hesmondhalgh¹⁵ määrittelee musiikilliset seuraukset, kuten monipuolisen ja innovatiivisen musiikki-ilmaisun, kun mahdollisuus itseilmaisuu- avautuu useammalle tekijälle. Tiivistettynä Hesmondhalghin demokratisaatio merkitsee siis valta-asetelmien – jotka voi määritellä teknologisiksi, taloudellisiksi, sosiaalisiksi sekä päätöksentekoon ja musiikkisisältöihin liittyviksi – purkamista.

Tässä tutkimuksessa arvioin tuotannon demokratisaatiota näiden Hesmondhalghin teisien pohjalta, lukuun ottamatta musiikillista laatua, eli monipuolisuutta ja innovaatiota – jotka lienevät demokratian tavoin hyvin monimutkaisia kysymyksiä. Musiikintekijöiden, esittäjien ja muiden tuotantoon osallistuneiden toimijoiden määrän sekä sisällön monipuolisuuden arviointi vaatisi

erittäin laajan tutkimuksen. Tutkimukseni luo alustavan lähtökohdan demokratisaation arvioinnille Hesmondhalghin esittämien vallan ja materiaalistien resurssien ja palkkioiden tasapuolisen jakautumisen perusteella. Artikkelini tuo samalla esiin tuotannon demokratisaation arviointiin liittyviä haasteita ja edistää siihen liittyvää keskustelua.

Hesmondhalgh ei suoraan mainitse taloudellisten resurssien epätasaisen jakautumisen vaikutuksia mahdollisuuteen osallistua tuotantoon. Lisäksi on tärkeää eritellä, mitä demokratisoidaan. Tämän Hesmondhalgh sivuuttaa painottaen tuotannon organisoimista teknologian sijaan. Käytän tässä artikkelissa käsitettä äänitetuotanto, jonka ymmärrän monitahoisesti Williamsonin ja Cloonanin¹⁶ esittämän musiikkiteollisuuden käsitteen kritiikin mukaisesti. Vignollen¹⁷ usein siteeratussa lineaarisessa mallissa äänitetuotanto koostuu neljästä vaiheesta: 1. tuotannosta (engl. *production*), 2. tallennuksesta (engl. *recording*),¹⁸ 3. valmistuksesta (engl. *manufacturing*) ja 4. jakelusta (engl. *distributi-*

on). Leyshonin¹⁹ musiikkiverkostojen malli (ks. kuva 1) kuvaa puolestaan tuotantoa monimutkaisen kokonaisvaltaisesti: suuri osa tuotannon vaiheista on vuorovaikutuksessa keskenään, ja mukaan on huomioitu muun muassa kulutus. Jotta tämä tutkimus olisi kuitenkin paremmin hallittavissa ja luettavissa, keskityn valmista masteräänitettä koskevan tuottamisen teknologiaan, kuten kopiointiin ja jakeluun, joihin suoratoisto on erityisesti vaikuttanut.²⁰ Raja prosessin ulkopuolelle sellaiset tuotannon osatekijät kuten sävellyksen, äänitysmateriaalin harjoittelemisen, äänittämisen ja masteroinnin, markkinoinnin yleisölle – silloin kun ei puhuta äänitteen jakelemisesta – ja yleisön vastaanoton, vaikka niihinkin liittyy mielenkiintoisia teknologisia piirteitä. Vignollen malli on luonnosteltu kauan ennen äänitteiden laajamittaista digitaalista jakelua. Leyshonin malli puolestaan kuvaa oikeastaan vain pitkälle erikoistunutta tuotantokoneistoa, jollaista esimerkiksi Suomessa käyttävät vain harvat suuremmat levy-yhtiöt.²¹



Kuva 1. Leyshonin musiikkiverkostot (Wikström 2006, 70).

Tasapainoillen lineaarisen ketjun²² ja Leyshonin interaktiivisen verkoston väli- maastossa katson tässä artikkelissa, että äänitteen tuotannon voi jakaa kuvan 2. mukaisesti karkeasti:

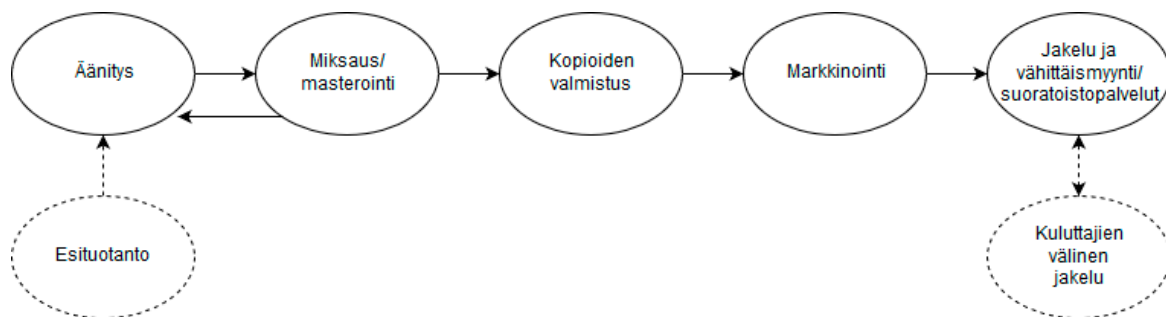
1. äänitykseen, eli tallentamiseen,²³ joka usein tapahtuu studiossa,
2. masteräänitteen tuottamiseen, eli tallenteen lopulliseen miksaamiseen ja (esi)masterointiin,²⁴
3. kopioiden valmistukseen masteräänitteestä, eli musiikkitiedostojen lataamiseen servereille tai kasettien tai levyjen valmistukseen²⁵,
4. markkinointiin,
5. kopioiden jakeluun joko jakelijan ja vähittäiskaupan kautta tai suoraan kuuluttajille.

Kuten Ojasen²⁶ integroidussa mallissa tuotannon vaiheet eivät välttämättä etene lineaarisesti. Tuotteen markkinointi alkaa usein hyvissä ajoin ennen vähittäismyyntiä, samaan aikaan tai jo ennen jakelua – joskus jopa ennen uuden tuotannon aloittamista. Myyntilistoille tähtäävissä albumituotannoissa on huomiotarkoituksessa usein julkaistu ensin yksittäinen kappale albumilta (single), eli samassa tuotannossa ollaan valmistettu useita äänitenimikkeitä hieman eri vaiheessa. Digiajalla albumikokonaisuuksien menekki on tosin pudonnut albumilta irrotettujen yksittäisten kappaleiden kuun-

telun ja ostamisen tultua mahdolliseksi. Suoratoistossa korostuu yksittäisiä kappaleita koostavien soittolistojen merkitys radion tapaan.

Lisäksi tuotannon rajaamisessa on muitakin häilyviä rajoja. Suuremmat tuotannot alkavat yleensä niin sanotulla esituotannolla, jossa tehdään esimerkiksi demoäänityksiä tulevan äänitekokonaisuuden suunnittelua varten. Digiajalla myös varsinaisen ”virallisen” julkaisun lisäksi kuluttajat voivat itse jakaa musiikkia esimerkiksi suoratoistopalvelu Youtubessa tai koostamallaan soittolistoilla Spotifyssa tai linkittää edellisiin sosiaalisessa mediassa (vrt. Leyshonin verkosto). Masterointi, kopioiden valmistus ja markkinointi voidaan myös ohittaa jaettaessa valmista digitaalista äänitettä suoraan verkossa. On tärkeää huomata, että toisin kuin fyysisten äänitteiden, musiikkitiedostojen osalta kopiointi ja jakelu eivät ole oikeastaan erotettavissa toisistaan. Lisäksi esimerkiksi Youtube tarjoaa alustan, jonka avulla masteräänitteen tuottaja voi itse jaella äänitettään – samoin kuin loppukäyttäjä. Informaatioteknologian kontekstissa äänitteiden tuotannon ja jakelun raja siis hämärtyy.

Kaikissa edellä mainituissa tuotannon vaiheissa on käytetty omaa erikoisteknologiaansa, joka on kehittynyt eri tavalla ja eri tahtiin. Tämä on muuttanut myös tuotantovaiheiden olemusta.²⁷ Tuotannon demokratisaatiota pitäisi siten tarkastella myös jokaisen näiden eri teknologioiden osalta



Kuva 2. Äänitteen tuotannon malli. Kuva: Juho Kaitajärvi-Tiekso.

– kuten sanottua, tässä artikkelissa keskitytään suoratoiston vaikutuksiin, jotka koskevat pääasiassa valmiin masteräänitteen kopiointia ja jakelua. Seuraavaksi esitän, miten tuotantoteknologian historiaa analysoidaan konjunkturaalisesti.

TEKNOLOGIA, KONJUNKTURAALINEN ANALYYSI JA HISTORIAN TUTKIMUS

Menneisyyden hallitsemiseksi historian tutkimus on ollut tapana jakaa useisiin osiin, esimerkiksi taloushistoriaksi. Tämän lisäksi historian tutkijat jaottelevat myös aikaa eri mittaisiin jaksoihin, kuten esimerkiksi annalisti Fernand Braudel²⁸ konjunkturreihin. Konjunkturaalisen teorian mukaan konjunkturi on historiallinen monitahoisten tendenssien ajallinen yhteenliittymä.²⁹ Konjunkturaalisen tarkastelun mukaan voi katsoa, että teknologia muodostaa yhden tällaisen tendenssin, joka kehittyy vuorovaikutuksessa karkeasti jakaen sosiokulttuurisen, taloudellisen ja poliittisen ulottuvuuden kanssa. Kaikki mainitut ulottuvuudet ovat riippuvaisia toisistaan, joskin niiden väliset voimasuhteet neuvotellaan aina ajallisesti ja paikallisesti uudestaan.

Konjunkturaalinen analyysi pyrkii välttämään epookin rakentamista, eli yksipuolisen suuren kehityslinjan korostamista monimutkaisesta todellisuudesta.³⁰ Tässä sillä on yhtäläisyyksiä vaikkapa annalistiseen tai mikrohistorialliseen tutkimukseen.³¹ Tässä artikkelissa konjunkturalismia ei kuitenkaan käytetä tiukkana teoreettisena viitekehystenä, vaan ensi sijassa tuomaan esiin teknologian tutkimisen kontekstualisointia. Suoratoistoteknologian vakiintuminen Suomessa 2000-luvulla tarjoaa mielenkiintoisen esimerkin paikallisesta äänitetuotantoympäristöstä, jonka muodostavat teknologiset, taloudelliset, poliittiset ja kulttuuriset kehityskulut.

AINEISTOSTA

Perustan analyysini monipuoliselle aineistolle, jonka avulla pyrin tarkastelemaan suoratoiston vaikutusta vallan ja materiaalien resurssien ja palkkioiden tasapuoliselle jakautumiselle äänitetuotannossa. Tärkeimmän aineiston tutkimukselleni muodostaa suoratoistoa ja siihen liittyvää tuotantoteknologiaa käsittelevät verkkosivut, kuten suoratoistopalveluiden, äänitetuottajien ja tekijänoikeusjärjestöjen omat sivut, äänitetuotannosta uutisoiva verkkomedia sekä erilaisten suomalaisten musiikkialan edustajien verkkokeskustelut, etenkin julkisessa Kuka Mitä Häh? -Facebook-ryhmässä. Olen jäljittänyt vaikeammin saavutettavaa vanhintaa verkkomateriaalia verkkosivuja arkistoivan Internet Archive -sivuston³² avulla. Lisäksi hyödynnän paljon määrällistä aineistoa, kuten äänitteiden tuotantoa koskevia vuositilastoja ja kulutustutkimuksia, joita ovat julkaisseet erityisesti Tilastokeskus, IFPI Musiikkituottajat, Teosto ja Kansalliskirjasto.

Tätä aineistoa olen täydentänyt erilaisten asiantuntijoiden näkemyksillä ja virallisilla asiakirjoilla. Informanteihin lukeutuu Suomen muusikkojen liiton lakiasianpäälikkö Lottaliina Pokkinen, jonka asiantuntevus levytys sopimuksista ja näkemys artistien aseman muutoksesta suoratoistoympäristössä ovat kiinnostavia tämän tutkimuksen kannalta. Lisäksi olen haastatellut Teoston lisensointiosaston päälikköä Markus Kaartoa saadakseni kokemuksellista tietoa suoratoistopalveluiden ja tekijänoikeusjärjestöjen välisestä lisensoinnista. Musiikkituottajat – IFPI Finlandin apulaistohtaja Tommi Kyyrä on avannut järjestön tekemien tilastojen taustoja. Pienempien äänitetuottajien näkökulmaa olen pyrkinyt tuomaan esiin yleisellä tasolla pieniä levymerkkejä edustavan Indieco ry:n puheenjohtaja Tapio Korjuksen näkemysten ja sihteeri Sirkku Haikosen hallinnoimien

tilastojen avulla sekä yksityiskohtaisemmin haastatteleamalla pienäänitetuottajia Sami Sänpääkilää (Tampere) ja Roope Seppälää (Helsinki).

Koska suoratoiston historia liittyy internetin historian kanssa, edustaa tutkimukseni myös joiltakin osin nettihistorian tutkimusta. Tutkimukseni sekoittaa kronologista ja systemaattista jäsentelyä Jaakko Suomisen esittämän jaottelun perusteella.³³ Pyrin ryhmittelemään demokratisoinnin kysymyksiä systemaattisesti, mutta sijoittamalla ne kronologiseen kehikseen – jossa tosin ymmärrän konjunkturaalisen analyysin periaatteiden mukaan kietoutuvan yhteen useita eritahtisia kronologioita, kuten sosiaalisia, taloudellisia ja poliittisia.

Perinteisesti asiantuntijoiksi kutsutut informantit ovat äänessä aineistossani niin verkkokeskusteluissa (Kuka Mitä Häh?), haastatteluissa ja journalistisessa mediassa. Tulkitsen tätä aineistoa näkökulmasta, jonka mukaan asiantuntijoilla on kokemusta ja näkemyksiä suoratoistosta, mutta heillä ei ole halussaan mitään valmiita faktoja, vaan asiantuntijatieto syntyy vuorovaikutustilanteissa.³⁴ Asiantuntijatietoaakin tarkastelen kriittisesti eri lähteiden perusteella.³⁵

Analysoin laadullista aineistoani (verkkosivuja ja -keskusteluja, mediaa sekä haastatteluja) erilaisina puhetapoina, joiden pyrkimyksenä on tuottaa merkityksiä suoratoistosta. Näitä merkityksiä pyrin ristivalottamaan eri näkökulmista. Kielellisen merkityksenannon ohella luon myös materiaalista kokonaiskuvaa äänitetuotannosta suoratoiston aikakaudella määrällisen aineiston ja teknologian kuvausten avulla. Määrällinen aineisto mahdollistaa myös laadullisen aineiston trianguloinnin ja toisin päin.

DIGITAALISEN JAKELUN HISTORIA SUOMESSA

Masteräänitteen tuottamiseen ja monistamiseen tarvittavan teknologian leviämistä kertoo se, että äänitetuottajien määrä on kasvanut Suomessa vuosikymmenien ajan. Suomessa tehtyjen julkaisujen määrää ei ole tilastoitu yksityiskohtaisesti vuosikymmeniin, mutta Kansalliskirjaston vapaakappaletilastojen 1995–2016³⁶ ja kansallisdiskografian Viola-tietokannasta tehtyjen hakujen pohjalta voi tehdä joitain laskelmia. Vapaakappaleiden määrä on noussut joitakin notkahduksia lukuun ottamatta vuosivälillä 1995–2013 2146 nimikkeestä 3429 nimikkeeseen.³⁷ Jos tarkastellaan Suomen Ääni- ja kuvatalennetuottajien (ÄKT; nyk. Musiikkituottajat - IFPI Finland) jäsenien eli suurten ja vakiintuneiden tuottajien osuutta nimikkeistä, se nousee vuoteen 2001 (39,3 %) ja laskee tämän jälkeen tasaisesti (5,5 % vuonna 2016³⁸). Pienempien toimijoiden tuotanto on kasvanut selvästi koko ajan prosentuaalisesti, olkoonkin, että viime vuosina yleistyneet, pelkästään tiedostoformaattissa julkaistut äänitteet eivät näy Kansalliskirjaston fyysisiä äänitteitä koskevassa tilastoissa. Se on kasvanut määrällisestikin vuoteen 2013 (2905 kpl). Vuoden 2014 notkahdukseen jälkeen tuotanto on taas noussut ollen vuonna 2016 tilastojakson toiseksi korkeimmalla tasolla (n. 2497 kpl). Indiecoyhdistyksen jäsenmäärä romahti vuonna 2012, mutta on ollut nousussa sen jälkeen.³⁹

Jos masteräänitteen tuottamisen kustannukset ovat 2000-luvulla Suomessa laskeneet – musiikkityylistä riippuen – jokaisen ulottuville⁴⁰, on myös digitaalisten formaattien kehittyminen muuttanut äänitteiden monistamista ja jakelua rakenteellisesti perin pohjin. Cd-tasoisien eli 16-bittisen ja 44.1 kHz näytteenottotaajuuden stereoäänien pakkaamiseen kehitetty ”pakkauskoodisto”, mpeg-codec versoi mp3-tiedostoformaatin (mp3 on lyhenne codecin versiosta ”Audio

Layer III”).⁴¹ Mpeg-algoritmi perustuu ajatukselle, että tiedostokokoa pienennetään poistamalla äänitiedostosta informaatiota, jota ei voi kuulla.

Pakattua musiikkia onkin alkuperäisen informaation hävittämisen vuoksi usein pidetty huonompilaatuisena kuin pakkaamatonta musiikkia. Pitää muistaa, että musiikkitiedostojen, kuten mp3, välillä esiintyy laatueroja: niin sanotulla pienemällä bittinopeudella⁴² pakatut tiedostot vievät vähemmän levytilaa, mutta ovat huonompilaatuisia (esimerkiksi 32 kbit/s -tiedosto verrattuna kaupallisessa käytössä olevaan 256 kbit/s -tiedosto). Mp3 vakiintui digitaalisen musiikin kuuntelun perusformaatiksi 2000-luvulla ja on yhä yleisesti käytössä, kun digitaalista musiikkia varastoidaan tietokoneen tai kuunnellaan esimerkiksi puhelimen kiintolevyiltä; formaatin yleinen näytteenottotaajuus on noussut vuosien varrella datakantojen kapasiteetin nousun myötä. Mpeg-standardi on versionut myös muita pakkausmenetelmiä, kuten Microsoftin WMA tai ASF, Applen käyttämä AAC, sekä Vorbis, joka perustuu avoimeen lähdekoodiin edellisten ollessa patentoituja.⁴³

Puhekielessä tiedostomuodossa ladattavasta musiikista puhuttaessa käytetään kuitenkin yhä mp3-termiä yleisimmän tiedostoformaatin mukaan riippumatta varsinaisesta käytetystä tiedostomuodosta ja tähän liittyvästä standardista. Tässä artikkelissa kirjoitan lyhenteen lainausmerkkeihin, kun se viittaa myös muihin tiedostomuotoihin.

Kuten c-kasettien kotikopiointi 1980-luvulla, myös mp3:t synnyttivät suuren tekijänoikeuskohun. Vain muutaman megatavun kokoiset tiedostot soveltuivat hyvin jakamiseen hitaammillakin nettiyhteyksillä, ja itsetuotetun musiikin ohella fyysisissä formaateissa myytyjä, tekijänoikeuksien suojaamia äänitteitä alettiin jaella verkossa ilmaiseksi mp3-muodossa. Poliittinen, taloudellinen, teknologinen ja sosiaalinen ulottuvuus törmäsivät konjunktuurissa.

Yhdysvalloissa suuret äänitetuottajat haastoivat suursuosioon hetkessä kasvaneen vertaisverkkopalvelun⁴⁴ Napsterin oikeuteen vuonna 2001, ja se määrättiin suljetavaksi. Napster oli kuitenkin tullut tunnetuksi tavaramerkkinä ja sitä myytiin useiden kaupallisten musiikkipalveluiden kehittäjiltä toisille. Mp3-musiikin ilmaisjakelu sen sijaan jatkui muissa vertaisverkoissa. Useiden oikeustoimien kohteena ollut, vuodesta 2003 tekijänoikeudellista materiaalia välittänyt The Pirate Bay -sivusto on yhä toiminnassa, vaikka ensimmäinen Ruotsissa sijainnut sivusto palvelimineen suljettiin jo vuonna 2014. Suomessakin ryhdyttiin oikeustoimiin joitakin yksittäisiä laittomia jakajia kohtaan.

Alkaen vuodesta 2000, samaan aikaan kun vertaisverkkojen suosio kasvoi, cd-levyjen myynti laski maailmanlaajuisesti – Suomessa lasku tapahtui huippuvuosien 2001 ja 2003 jälkeen. Äänitemarkkinat supistuivat yli kolmanneksen ennen kuin kääntyivät jälleen kasvuun Suomessa 2012, maailmalla vasta 2015.⁴⁵ Ei ole täysin selvää, johtuuko tämä lasku tiedostojenjakelusta, ainakaan yksiselitteisesti.⁴⁶ On esitetty, että esimerkiksi Yhdysvalloissa cd-levyjen myynti lähti laskuun jo ennen mp3-jakelun yleistymistä vuonna 1997.⁴⁷

2000-luvun alussa sen aikaiset viisi suurinta levy-yhtiötä Universal, Sony, BMG, AOL-Timewarner ja EMI perustivat yhdessä ja erikseen maksullisia digitaalisia musiikkipalveluja vaihtoehtoksi Napsterille. Suomessa oltiin Nokian liiketoiminnan kasvaessa kehitetty mahdollisesti ensimmäinen suurten levy-yhtiöiden (ainakin paikallisten tytäryhtiöiden) lisensoima kaupallinen digitaalimusiikkipalvelu, Emma.fm, joka avautui vuonna 2001.⁴⁸ Hankkeessa oli mukana kourallinen suuria ja keskikokoisia suomalaisia levy-yhtiöitä sekä matkapuhelinoperaattori Elisa ja ÄKT. Windows-käyttöjärjestelmän käyttäjät pystyivät ostamaan palvelusta DRM-kopiosuojattuja (engl. *digital rights management*) musiikkitiedostoja

(15 mk/kpl, vastaa 3,2 euroa vuoden 2017 arvoltaan⁴⁹) sekä myös suoratoistamaan kappaleen kerrallaan 3,50 markalla (70 snt vuoden 2017 arvoltaan⁵⁰) – tosin striimin pystyi maksamaan vain Elisan omistaman Radiolinjan matkapuhelinliittymillä.⁵¹ Suurten levy-yhtiöiden suosima DRM-tekniologia rajoitti tiedostojen kopiointia laitteelta toiselle. Todennäköisesti rajoitetun käytettävyyden ja korkeiden – nykyperspektiivistä jopa absurdin korkeiden⁵² – hintojensa vuoksi palvelu ei onnistunut houkuttelemaan käyttäjiä, ja se suljettiin 2003.⁵³

Musiikin kaupallista nettijakelua kehitettiin kuitenkin ensisijaisesti Yhdysvalloissa, joka oli edelläkävijä internetissä tapahtuvassa kaupankäynnissä. Universalin vuonna 2001 ostama ja kaksi vuotta myöhemmin eteenpäin myymä Emusic oli yksi ensimmäisiä tilausmaksuihin perustuvia palveluita.⁵⁴ Sen valikoimista pystyi lataamaan mp3-tiedostoja kuukausimaksun oikeuttaman määrän. Sen levykerhotyypin tilausmallin voi nähdä jonkinlaisena esikuvana myöhempien suoratoistopalvelujen maksulliseen tilaamiseen perustuvalla liiketoiminnalla. Vuonna 2001 toimintansa aloittanut Rhapsody oli ensimmäinen kuukausimaksullinen tilauspalvelu, josta pystyi suoratoistamaan haluamiaan kappaleita (ns. on-demand-palvelu). Ensimmäinen menestystarinaksi muotoutunut Applen ”mp3”-soitin Ipod tuli markkinoille vuonna 2001. Yhtiön nettikauppa iTunes alkoi välittää suurimmilta tuottajilta lisensoituja DRM-suojattuja musiikkitiedostoja vuonna 2003 ja menestyi. Vuoden 2008 tammikuuhun mennessä se hallitsi jo 70 % maailmanlaajuisista nettimusiikki-markkinoista.⁵⁵

Vuonna 2007 Amazon liittyi kilpailuun musiikkitiedostojen vähittäiskaupassa, ja se alkoi ensimmäisenä tarjota DRM-suojaamatonta musiikkia. Muutaman vuoden sisällä iTunes seurasi perässä. Tunnetun esimerkin mukaan yksi maailman tunnetuimpia yhtiöitä, Radiohead julkaisi menestyksekkäästi

vuonna 2009 uuden albuminsa *In Rainbows* ainoastaan internetistä ladattavina tiedostoina, joista lataaja sai maksaa haluamansa summan – tai olla maksamatta. Suomessa muun muassa Musti Laiton -yhtye julkaisi albuminsa ilmaiseksi verkossa vuonna 2006.⁵⁶ Esimerkiksi Yhdysvalloissa ja Isossa-Britanniassa ”mp3”-kauppa – pääasiassa iTunesin kautta – muodostui merkittäväksi cd-levyjen myynnin laskua korvanneeksi taloudelliseksi tekijäksi, mutta Suomessa niiden markkinat olivat parhaimmillaankin vain 7,5 % äänitteiden kokonaismarkkinoista vuonna 2012.⁵⁷ Vielä 2010-luvun alussa cd-levy oli pääjulkaisuformaatti, joka maksoi helposti tuotantokulunsa takaisin, kun musiikkitiedostojen taloudellinen merkitys oli pienten lisätulojen tuomisessa.⁵⁸ Yhdysvaltojen keskuspankin indeksin mukaan fyysisten tallenteiden teolliset tuottamiskulut laskivat noin 10 % vuosina 2004–2009 – ja alkoivat nousta hienoisesti jälleen vuonna 2011.⁵⁹ Nykyään Suomessa tuhannen kappaleen cd-painokseen painotöineen vaaditaan vain noin tuhannen euron alkupanostus – nämä kulut on katettu jo jos levyjä myy 10 euron (tukku)hintaan sata kappaletta.

SUORATOISTON LÄPIMURTO SUOMESSA

Suomessa siirryttiin cd-formaatin hallitsemista markkinoista pääasiassa suoraan suoratoisto- eli striimausteknologiaan – toki markkinoiden ulkopuolella musiikkitiedostojenjakelu oli suosittua myös Suomessa.⁶⁰ Suoratoistossa käyttäjän toistama sisältö ladataan verkon kautta suoraan palvelimelta samanaikaisesti, kun sitä toistetaan, eli mitään kokonaista tiedostoa ei ladata käyttäjän tietokoneelle. Tekniikka vaatii siinä mielessä enemmän kaistaa verrattuna musiikkitiedostojen lataamiseen, että jälkimmäisiä voi ladata itselleen hitaallakin yhteydellä (vaikka niitä ei voi välittömästi kuunnella). Tällä oli

merkitystä 2000-luvun alussa, kun netti- ja mobiiliverkkoyhteydet olivat huomattavasti hitaampia. Perustasoisena, vaikka ei kovin laadukkaana pidetyllä 160 kbit/s nopeudella striimaaminen vaatii siis nopeutensa verran kaistaa; esimerkiksi 3G-matkapuhelinverkot tarjosivat yleistyttyään 2010-luvun alkuun mennessä latausnopeutta jo useita megabittejä sekunnissa⁶¹, joten musiikin suoratoistoon verkkokapasiteettia on ollut käytettävissä jo pitkään matkapuhelimillekin. 2000-luvun alkuvuosina mp3-soittimet ja musiikkitiedostoja soittavat puhelimet mahdollistivat digitaalisen musiikin kuuntelun ilman tietokoneita – samoin suoratoiston kasvulle oli tärkeää, että musiikkia voitiin kuunnella paikasta riippumatta liikuteltavalla nettiyhteydellä varustetulla matkapuhelimella.

Konjunkturaalisen teorian mukaisesti suoratoiston teknologiaa ei ole tarkoituksenmukaista erottaa sitä käyttävistä palveluista, joiden toimintaan liittyy taloudellisia ja oikeudellisia näkökohtia. Kuten mp3-tiedostojen levittämisessä, tekijänoikeudet ovat muodostuneet tärkeäksi kysymykseksi myös suoratoistossa. Rooman sopimus on 1960-luvulta suojannut äänitetuottajia: masteräänitteen kustantaja – usein levy-yhtiö – on omistanut yksinoikeuden kopioida sitä ja ollut oikeutettu saamaan korvausta äänitteen esittämisestä 70 vuoden ajan äänitteen ”syntymisestä”.⁶² Kuten Napsterin tapauksessa useat suoratoistoa käyttävät sivustot ovat jakaneet käyttäjien palvelimille lataamaa materiaalia, joka puolestaan on voinut olla tekijänoikeuksien suojaamaa.

Kuten monien mediateknologisten innovaatioiden, myös suoratoistopalveluiden kehkeytyminen 2000-luvun alussa oli sekavaa. Useita palveluita kehitettiin, ja liiketoimintamalleja testattiin. Moni palvelu saattoi muuttaa muotoaan paljonkin tai jäädä lyhytikäiseksi. Suoratoistopalveluita voidaan jaotella niin sanottuihin on-demand-palveluihin, ”user generated content” -palveluihin

(lyh. ”ugc”), ja internetradioihin. On-demand-palveluiden ajatuksena on, että kuuntelija voi valita ja löytää sen laajasta tarjoamastaan haluamansa musiikkisäällön, jonka palvelu on lisensoinut äänitetuottajilta. ”User generated content” -palveluun käyttäjät voivat puolestaan ladata itse haluamansa mediasäällön. Palvelut, jotka valikoivat joko algoritmien tai toimittajan/dj:n valikoiman suoratoistosisäällön, luokitellaan internetradioiksi. Useiden palveluiden osalta nämä piirteet tosin sekoittuvat. Lisäksi palveluita voidaan luokitella rahoituksen perusteella. Osa palveluista on päätyntä rahoittamaan toimintaansa mainoksilla, osa puolestaan käyttäjien maksamilla kuukausitilausmaksuilla, joskin useimmat palvelut pyrkivät yhdistämään molempia tulonlähteitä.

Myspace, jossa on suoratoisto-ominaisuuksia, oli oikeastaan ensimmäinen maailmanlaajuisen käyttäjäjoukon houkuttellut sosiaalinen media. Se avattiin vuonna 2003 ja saavutti muutamassa vuodessa kymmeniä miljoonia käyttäjiä, mutta käyttäjämäärä kääntyi jyrkkään laskuun jo ennen vuosikymmenen vaihdetta.⁶³ Myspace on ”user generated content”-palvelu: kuka tahansa voi perustaa palveluun profiilin ja ladata mediasäältöä omille profiilisivuilleen. Muut käyttäjät pystyvät kuuntelemaan musiikkisäältöä sivustoon upotetulla suoratoistosoittimella, joka soittaa palvelimelle ladattuja mp3-tiedostoja. Erityisesti musiikkiartistit ottivat palvelun innokkaasti käyttöön helpo- na väylänä esitellä musiikkiaan ja verkostoitua. Tässä mielessä palvelu demokratisoi musiikinjakelua ja markkinointia.⁶⁴

Vuonna 2006 julkiseksi avautunut Facebook ohitti pian Myspacen suosiossa.⁶⁵ Siihen ei tosin aluksi voinut ladata audio- tai videosäältöä, mutta sillä oli mahdollista jakaa muiden palveluiden suoratoistosisältöön ohjaavia linkkejä. Näin Facebook on Myspacen tavoin antanut jakelu- ja markkinointityökaluja peruskäyttäjilleen. Facebook-

kin algoritmit ovat estäneet tekijänoikeudella suojatun materiaalin lataamisen sen omille palvelimille, mutta viime vuosina se on tehnyt sopimuksia suurten levy-yhtiöiden kanssa, ja antaa nykyään käyttäjiensä sijoittaa lisensoitua äänitemusiikkia suosikkiartisteiltaan päivityksiinsä.⁶⁶

Vuonna 2005 perustettu, Googlen (nyk. Alphabet) vuonna 2006 ostama videosuoratoistopalvelu Youtube oli hetken aikaa maailman nopeimmin kasvava nettisivu. Se oli vuoden 2010 alussa kolmanneksi suosituin nettisivu Suomessa (tällä hetkellä suosituin).⁶⁷ Audiovisuaalisuudestaan huolimatta sitä on käytetty heti alusta asti musiikin kuuntelemiseen: viimeisimmän markkinatutkimuksen mukaan se oli Suomessa toiseksi suosituin musiikin kuuntelulähde radion jälkeen, noin kolme prosenttiyksikköä kolmanneksi suosituinta Spotifyta edellä.⁶⁸ Myspacen tapaan Youtube on ”ugc”-palvelu, johon tavalliset käyttäjät voivat ladata itse haluamansa mediasisällön. Youtubesta ei harvoja suuria levy-yhtiöitä lukuunottamatta voinut saada korvauksia musiikistaan ja sitä käytettiin ammattimaisten artistien keskuudessa lähinnä markkinointitarkoituksiin ennen kuin palvelu mahdollisti helmikuussa 2013 videoihin upotetun mainonnan ja sen tulojen jakamisen tekijöiden kanssa. Sopimus Teoston kanssa lokakuussa 2013 mahdollisti lisäksi tekijänoikeustulojen jakamisen palvelusta.

Vuonna 2006 perustettu Grooveshark oli – erona Myspaceen ja Youtubeen – musiikin kulutukseen keskittynyt yhdysvaltalainen palvelu, johon käyttäjät saivat itse ladata musiikkitiedostoja suoratoistettavaksi. Sillä oli käyttäjiä Suomessakin⁶⁹, mutta se joutui kuitenkin lopettamaan toimintansa vuonna 2015, kun suurimmat levy-yhtiöt voittivat sitä vastaan nostamansa oikeusjutun, jossa todettiin, että sen työntekijät latasivat itse palveluunsa tuhansia tekijänoikeuksien suojaamia kappaleita.⁷⁰

Vuonna 2007 perustettu Soundcloud on myös tärkeä ugc-suoratoistopalvelu, johon tavallinen käyttäjä voi suoraan ladata musiikkia. Se on muodostunut remiksajien, aloittelevien ja ”marginaalisten” musiikintekijöiden verkostoitumispaikaksi, josta on kehkeytynyt myös uusia trendejä ja nimekkäitä artisteja (esimerkiksi niin sanottua trap-musiikkia esittävä artisti XXX-Tentacious). Kappaleiden tallennustilaa on ilmaiseksi tarjolla rajattu määrä; vaativimmille käyttäjille on tarjolla kuukausimaksullisia palveluita. Youtuben tavoin Soundcloud toimii myös harmaalla alueella tekijänoikeuksien suhteen, koska käyttäjät voivat ladata sinne tekijänoikeuden suojaamaa materiaalia. Käytännössä palvelua on kuitenkin käytetty vähemmän tunnettujen kappaleiden tai remix-versioiden levittämiseen. Oikeudellisten paineiden vuoksi Soundcloud on kuitenkin kirjoittanut lisensiointisopimukset kolmen suuren musiikkiyhtiön sekä indieyhtiöiden yhteislisensoijan Merlinin kanssa viime vuosina.⁷¹

Suomessa Mikseri.net syntyi jo vuonna 2001 saman tyyppiseksi sivustoksi, jossa pystyi jakamaan ilmaiseksi tekemäänsä mp3-musiikkiaan ja suoratoistamaan kappaleen kerrallaan.⁷² Suomenkielisenä siitä tuli tärkeä kansallinen harrastajasivusto, joiden käyttäjien kanssa useat levy-yhtiöt, kuten sivuston kanssa yhteistyötä tekevä Universal, ovat tehneet levytyssovimuksia. Pian avaamisen jälkeen sivusto kielsi tekijänoikeuksien suojaamien kappaleiden tai samplejen jakamisen.⁷³

Puhtaasti musiikin kuunteluun kehitetty Spotify julkaistiin Suomessa noin kymmenen vuotta sitten, 7.10.2008. Toisin kuin edellä mainitut ugc-palvelut, Spotify oli maamme ensimmäinen ja maailmallakin ensimmäisiä on-demand-suoratoistopalveluita, joka lisensoi kaiken materiaalin tuottajilta.⁷⁴ Palvelua on voinut alusta asti tilata 9,90 euron kuukausihintaan. Alkuvuosina sitä voi käyttää ilmaiseksi, jos oli saanut



A friend has invited you to Spotify

1 viesti

Spotify <account-admin@spotifymail.com>

28. heinäkuuta 2009 klo 12.41

Vastausosoite: [redacted]
Vast. ott.: [redacted]

Your friend [redacted] has chosen to share a Spotify invite with you. Spotify gives you access to a world of music. It's instant, simple and free. You can listen to whatever song you may be longing for or just switch on radio mode, sit back and let us try to play music you like.

You can sign up for Spotify here: <https://www.spotify.com/invitation/8hcauqjnJhsVZDz2>

If you'd prefer unlimited music without advertising you can always register for Spotify Premium here: <http://www.spotify.com/products/premium/>

If you have any questions or need help getting the most out of Spotify please visit our help section: <http://www.spotify.com/help/faq/>

To keep up with the latest Spotify news, and to read release notes for new versions, make sure to read our blog: <http://www.spotify.com/blog/>

And please don't forget join us in our forum as we really appreciate feedback: <http://getsatisfaction.com/spotify>

Until next time,
The Spotify Team

Kuva 3. Kuvakaappaus Spotifyn ilmaiskutsusta.

erityisen kutsun, joita palvelu oli jakanut tärkeiksi katsomille testikäyttäjille jo kevästä 2007 (ks. kuva 3).⁷⁵ Toukokuussa 2010 tämä ilmaisversio, joka esittää mainoksia käyttöliittymässä ja kappaleiden välissä, julkaistiin kaikkien saataville.⁷⁶ Palvelu hyödyntää vertaisverkkoteknologiaa ja sen käyttämiseen tarvitaan omalle tietokoneelle ladattava ohjelma. Syksystä 2009 lähtien maksaville asiakkaille julkaistiin mobiiliversioita.⁷⁷ Se käyttää OGG Vorbis -musiikkiformaattia, jonka oletuslaatu oli 160 kbit/s, nykyään laatu vaihtelee päätteestä riippuen 96, 128 tai 320 kbit/s välillä. Suomen kanssa samaan aikaan palvelu julkaistiin Ruotsissa, Norjassa, Ranskassa, Isossa-Britanniassa ja Espanjassa – Yhdysvalloissa vasta kesällä 2011.

Yllä mainittuja palveluita lukuun ottamatta ja ainoana vain äänitetuottajien lisensioimaa materiaalia käyttävänä palveluna Spotify sai Suomessa kerätä käyttäjiä ilman kilpailijoita usean vuoden ajan. On-demand-palveluista palvelun kilpailijoiksi Euroopas-

sa muodostuivat aluksi omistajaa vaihtanut Napster, joka kokeili suoratoisto- ja mp3-latauspalvelujen yhdistelmiä vuodesta 2003 eteenpäin, vuonna 2007 perustettu ranskalainen Deezer sekä vuonna 2010 perustettu ruotsalaisnorjalainen WiMP. Striimauspioneerit Rhapsody osti Napsterin 2011 ja laajentui ainakin nimellisesti Suomeen 4.6.2013.⁷⁸ Napsterin käyttäjäkunnan laajentuminen on kuitenkin hidastunut viime vuosina pahimpiin kilpailijoihinsa verrattuna.⁷⁹ Deezerillä oli lokakuussa 2012 vielä noin puolet Spotifyn käyttäjämäärästä maailmanlaajuisesti.⁸⁰ Suomeen palvelu tuli vasta toukokuussa 2013. Deezer ei kuitenkaan ole pystynyt lisäämään tilaajamääräänsä samaan tahtiin kuin Spotify; joulukuussa 2016 sillä oli konsulttiyritys Midian tutkimuksen mukaan enää 6,9 % suoratoistotilauksista, kun Spotifylla oli 43,0 %.⁸¹ Norjassa nopeasti kasvavan käyttäjäkunnan saavuttaneesta WiMPistä muokattiin korkealaatuisiin striimeihin⁸² erikoistunut Tidal, joka laajeni myös Suomeen 22.1.2015.

Vuonna 2015 – jolloin suoratoistomarkkinat kasvoivat fyysisiä äänitteitä suuremmaksi ensi kertaa Suomessa – Spotifyn pääkilpailijaksi nousi nopeasti Applen suoratoistopalvelu Apple Music. Yllä mainitussa Midian tutkimuksessa se oli maailmanlaajuisesti toiseksi suosituin palvelu 20,9 miljoonalla maksavalla asiakkaallaan. Applen palvelun teknologia perustuu yhtiön vuonna 2014 ostamalle, vain muutaman kuukauden vanhalle suoratoistopalvelu Beats Musicille, jonka käyttäjät siirrettiin kesällä 2015 julkaistun Apple Musiciin. Vaikka palvelua voi käyttää kokeilukuukausia lukuun ottamatta vain kuukausimaksullisena, se on kasvanut nopeasti etenkin Yhdysvalloissa, jossa se oli vuoden 2018 kesällä jo melkein yhtä suosittu kuin Spotify.⁸³ Suomessa Deezer, Tidal ja Apple Music vastaavat kuitenkin yhteensä vain niistä noin 10 % suoratoistotilauksia, jotka jäävät Spotifyn markkinaosuuden ulkopuolelle.⁸⁴

On-demand-palveluista eroavat vielä esimerkiksi nettiradiot, jotka ottivat streaming-teknologian varhaisessa vaiheessa käyttöönsä (muun muassa Radio Helsinki lähetti ohjelmaansa 2000-luvun alussa RealAudio-formaatissa). Monet musiikki-palvelutkin kuten iTunes ja Spotify ovat tarjonneet omaa radiotyypistä musiikkivirtaa. Youtube on lähentynyt on-demand-toimintaperiaatetta, sillä suuri osa sen nykyisestä tarjonnasta on ammattimaisten tuottajien sivustolle lataamaa.⁸⁵ Vakiintuneet ja suuret toimijat haluavat laittaa ainakin suosituimmat kappaleensa valtavan kävijämäärän houkuttelevalle sivustolle. 32 % Youtubesta katsotuista videoista on musiikkivideoita,⁸⁶ ja Sonyn ja Universalin kanssa vuodesta 2009 toteutetun musiikkivideopalvelu Vevon artistikanavat ovat Youtuben seuratuimpien kanavien joukossa.⁸⁷ Youtube on myös lanseerannut kuukausimaksullisen Spotifyta muistuttavan palvelun.

Tunnetuimpien suoratoistopalveluiden lisäksi netissä on monia muitakin musiikkisi-

vuja, joiden kautta voi jaella digitaalista musiikkia. Esimerkiksi vuonna 2008 perustettu Bandcamp on pienemmille tuottajille suunnattu nettimarkkinapaikka, jonka kautta voi suoratoistaa ja myydä fyysisiä äänitteitä – tai vaikka t-paitoja. Sen suoratoistosoitin on tosin rajattujen kuunteluominaisuuksiensa puolesta kehitetty ennemminkin tukemaan fyysisten äänitteiden myyntiä esittelemällä niiden musiikkisisältöä kuin varsinaiseksi loppukäyttöön tarkoitetuksi suoratoistopalveluksi. Bandcampilla ei ole erillisiä sopimuksia äänitetuottajien tai jakelijoiden kanssa, vaan se vie sivuilla tapahtuneesta kaupallisesta toiminnasta saman 15 % välityspalkkion tasapuolisesti kaikilta tahoilta.

LISENTOINTI, SALATUT SOPIMUKSET JA SUORATOISTOTALOUDEN VALTARAKENTEET

Tekijänoikeuslaki antaa periaatteessa äänitteiden ja teosten oikeudenomistajille monopoliaseman niiden välittämisessä. Välttääkseen oikeustaistelun, suoratoistopalvelut tarvitsevat suostumuksen oikeudenomistajilta, mikä takaa näille valtaa, etenkin jos nämä pystyvät muodostaman yhteisen rintaman. Kaupalliset digitaaliset musiikki-palvelut ovatkin enemmän tai myöhemmin lisensoineet välittämänsä musiikin sen julkaisijoilta – ainakin suurimmilta. Suurten julkaisijoiden omat jakeluyhtiöt toimittavat digitaaliset sisällöt palveluille.

Musiikkiyhtiöiden määrä on laskenut 1980-luvun kuudesta (BMG, CBS, EMI, Polygram, Universal, Warner) yrityskauppojen myötä kolmeen. Universal, Sony ja Warner hallitsevat noin 62–73 % markkinoista maailmanlaajuisesti laskutavasta ja lähteestä riippuen (suurimman arvion mukaan yksittäiset osuudet ovat järjestyksessä 33 %, 22 % ja 18 %).⁸⁸ Suomessa näiden suurimpien yhtiöiden tytäryhtiöiden määrä on niin ikään laskenut kuudesta kolmeen ja niiden

osuus markkinoista on noussut 2000-luvun alun 70 prosenttiyksiköstä jopa 94 prosenttiyksikköön markkinoista viime vuoden loppuun mennessä.⁸⁹ Universal on yhtiöistä suurin, joskin kullakin on noin kolmannes markkinoista.

Pienempien julkaisijoiden on puolestaan pitänyt käyttää digitaalisia jakelijoita⁹⁰ saadakseen tuotoksensa käytetyimpiin musiikkipalveluihin (Youtubea ja Soundcloudia lukuun ottamatta). Joka tapauksessa suuri muutos siirryttäessä digitaalisiin musiikkipalveluihin on ollut teknologian käyttökapasiteetin skaalattavuus: kuluttajan saatavilla olevaa valikoimaa ei rajoita enää levyhyllyjen tai varastotilan koko, vaan halutessaan musiikkiaänitteensä on saanut tarjolle kuka vain. Jos aiemmin fyysisten äänitteiden jakelijat ja vähittäiskaupat joutuivat optimoimaan valikoimaansa oletetun myynnin perusteella, eivätkä voineet tarjota kaikille halukaille myyntipalvelujaan, tätä rajoitetta ei enää ole.⁹¹ Jakeluverkostoa on käytetty myös kilpailun työkaluna vielä ennen laajamittaista digitaalista jakelua.⁹²

Toisaalta suuret yhtiöt, jotka omistavat valtaosan suosituimpien äänitteiden master-oikeuksista, ovat parhaassa neuvotteluasemassa musiikkipalvelujen kanssa.⁹³ Muodostamalla useiden levy-yhtiöiden oikeuksia välittäviä elimiä pienetkin levy-yhtiöt ovat voineet parantaa neuvotteluasemiaan.⁹⁴ Sama tekijänoikeuksien suosioon ja määrään liittyvä valta-asetelma koskee säveltäjien ja muiden tekijöiden tekijänoikeuksia valvovia elimiä. Suomalaisia, kansainvälisesti suhteellisen tuntemattomia tekijöitä edustava Teosto on sen verran pieni, että sen neuvotteluvara on hyvin rajoitettu esimerkiksi suurten kansainvälisten palvelujen kuten Spotifyn ja Youtuben kanssa. Tekijänoikeusjärjestöt PRS (Iso-Britannia) ja STIM (Ruotsi) perustivat vuonna 2007 yhteisen oikeuksia lisensoivan elimen International Copyright Enterprise, johon liittyi myöhemmin myös Saksan GEMA. Näin suuren, kansainväli-

sesti kysyttyjä teoksia hallinnoivan toimijan välittämällä tekijänoikeuksilla on sen verran enemmän markkina-arvoa, että sen neuvotteluasema on Teostoa paljon parempi.

Neuvotteluasemia monimutkaistaa Teoston ja useimpien eurooppalaisten tekijänoikeusjärjestöjen osalta niiden lain säätelymä monopoliasema⁹⁵, kansainvälistenkin toimijoiden osalta sopimusten salaaminen. Teosto ei saa vaikuttaa kilpailulainsäädännön mukaan kilpailutilanteeseen, joten sen tulee myöntää samanlaisille toimijoille samanarvoiset sopimukset.⁹⁶ Toisaalta suoratoistopalvelut edellyttävät neuvotteluosapuoliltaan sitoutumista sopimusten yksityiskohtien salassapitoon, joten neuvotteleva osapuoli ei voi tietää minkälaiset sopimukset toiset vastaavat toimijat ovat tehneet. Tekijänoikeusjärjestön pitää siis neuvotella kaikille osapuolille ”reilu”, kilpailua vääristämätön sopimus, mutta se ei saa paljastaa yksittäisen sopimuksen yksityiskohtia.⁹⁷

Salaiset sopimukset aiheuttavat ongelmia myös pienten levy-yhtiöiden, äänitteillä esiintyvien muusikoiden ja taiteellisten tuottajien näkökulmasta. Jakelijoita käyttävät pienet levy-yhtiöt eivät saa tietää varmuudella, kuinka paljon suoratoistopalvelu maksaa jakelijalle. Artistit, joilla on levytyssopimus levy-yhtiöiden kanssa, eivät myöskään tiedä tarkalleen, mitä kaikkea suoratoistopalvelun korvaus levy-yhtiölle musiikin käytöstä kattaa.⁹⁸ Se, että levy-yhtiöt vaativat ennakkomaksua musiikkipalveluilta, on ollut normaali käytäntö alalla.⁹⁹ Esimerkiksi Spotifyn spekulointiin aloittaessaan maksaneen suurimmille yhtiöille näiden katalogien lisensoinnista suuria ennakkosummaa, jotka toimivat takuina ja kannustimina. Ne vastasivat muodollisesti rojalteja palveluille asetetuista optimistisista soittomäärätavoitteista, mutta jotka levy-yhtiöt pitäisivät itsellään, jos nämä tavoitteet eivät toteutuisi (niin sanottu breakage).¹⁰⁰ Sopimukseen arveltiin kuuluvan myös muun muassa nimel-

liseen hintaan myytyjä palveluiden osakkeita – esimerkiksi Spotifyn osalta tieto varmistui vuoden 2018 keväällä, kun suoratoistopalvelu listautui New Yorkin pörssiin, mikä edellytti tiettyjen taloustietojen toimittamista Yhdysvaltojen viranomaisille. Tämä on herättänyt paljon keskustelua Suomessakin muun muassa Facebookin Kuka Mitä Häh?-keskusteluryhmässä.¹⁰¹

On todennäköistä, että Suomessa toimivien kansainvälisten levy-yhtiöiden (niin kutsutut major-yhtiöt) sopimusehdot ja lisensointi Spotifyn kaltaisille suoratoistopalveluille on johdettu kansainvälisen emoyhtiön kautta.¹⁰² Suurimpia äänitetuottajia edustava Musiikkituottajat – IFPI Finland ry on listannut vuosittaisiin tilastoihin digitaalisen myynnistä erikseen ennakoita.¹⁰³ Spotifyn aloittamista seuraavana vuonna 2009 ennakoita on maksettu 200 000 euroa, minkä jälkeenkin ennakoita on kertynyt yhteensä noin 300 000 euroa sitä seuraavilta viideltä vuodelta (ks. Taulukko 1). Etenkin Wikileaksin vuodettua Sonyn ja Spotifyn salainen Yhdysvaltoja koskeva sopimus nettiin keväällä 2015¹⁰⁴ kaikki kolme suurinta levy-

yhtiötä ovat yksi kerrallaan luvanneet jakaa mahdolliset ylimääräiset ennakot tai myyntituotot osakkeista artistiensa kanssa.¹⁰⁵

Suurtenkin levy-yhtiöiden välillä on eroja siinä, miten ne lisensointituloja jakavat. Samoin asiaan vaikuttaa artistien kanssa solmittujen sopimusten vaihteleva sisältö. Levytyssopimus määrittelee, missä ääniteformaateissa levy-yhtiö voi julkais- ta masterin¹⁰⁶, ja minkälaisen korvauksen artisti tästä saa. Ensinnäkin on arveltu, että levy-yhtiöiden suoratoistopalveluiden kanssa neuvottelemiin katalogeihin sisältyy myös sellaista materiaalia, joiden fyysiseen julkaisemiseen heillä on oikeudet, mutta ei suoratoistoon.¹⁰⁷ Toiseksi, jos levytyssopimuksessa ei ole selkeää mainintaa artistille maksettavasta osuudesta ennakkomaksuista tai muista korvauksista, joita levy-yhtiö saa koko kataloginsa lisensoimisesta, jälkimmäinen ei todennäköisesti tilitä niistä mitään.¹⁰⁸ Spotifyn ja Sonyn sopimuksessa sovittiin esimerkiksi myös mainostulojen jakamisesta ja mainospaikkojen välittämisestä, ja on epätodennäköistä, että artistit saisivat näistä tuloista mitään osuutta.¹⁰⁹

	Tilausmaksut	Mainostulot	Ylimääräiset ennakot ja kertakorvaukset
2008	22 106		
2009	380 831	785 291	199 258
2010	2 939 207	2 206 786	98 784
2011	5 187 117	54 480	52
2012	8 141 812	35 589	41 379
2013	11 501 889	159 087	88 612
2014	13 753 316	2 313 159	81 581
2015	19 174 872	2 006 637	0
2016	23 130 555	3 014 651	0
2017	27 766 789	3 929 215	-

Taulukko 1. Digitaalisten musiikkipalvelujen tulojen (€) kehitys Suomessa 2008–2017. Mainostuloissa videoiden osuus on eritelty alkuperäisessä IFPI Finlandin tilastossa vuodesta 2016 eteenpäin, ja se on hieman alle puolet. Tilaston laskentaperusteet ovat vaihdelleet lähes vuosittain, joten vuosilukujen summat eivät ole täysin verrattavissa toisiinsa.¹¹⁰ Lähde: IFPI 2018; Kyrrä 2018.

On myös epätodennäköistä, että kaikki levy-yhtiöt olisivat jakaneet osaketuloja tai ennakkoita tekemistään kaupoista – ainakaan ennen Sonyn sopimuksen vuotamista, tai että emoyhtiöt jakaisivat osakekaupoista saamia tuloja esimerkiksi Suomen tytäryhtiön artistien kanssa.¹¹¹ Asiaa puitiin jo lokakuussa 2011 Kuka Mitä Häh? -keskusteluissa, joissa KHY Suomen Musiikin ja Sonyn edustajat kertoivat, että tilittävät toteutuneiden soittokorvausten ylittäviä ennakkomaksuja artisteille toteutuneiden korvausten pohjalta.¹¹² Artistien mahdollisuudet julkaista itse musiikkiaan ja rakentaa omaa uraansa ovat parantuneet, mikä lisäänee levy-yhtiöiden kilpailua artisteista ja näille maksettavia korvauksia.¹¹³

Äänitetuottajien osalta neuvotteluihin liittyy strategisia tekijöitä. Usein korvauksen taso (esimerkiksi korvaukseksi maksettavien ennakkojen tai luovutettavien osakkeiden määrä palveluista) määräytyy toimijan markkinaosuuden perusteella. Esimerkiksi Universalin maailmanlaajuinen markkinaosuus oli masteräänitteen omistajuuden perusteella 29,0 % vuonna 2016.¹¹⁴ Koska suuret levy-yhtiöt toimivat monien pienempien yhtiöiden jakelijoina, niiden markkinaosuus on kuitenkin jakelun perusteella laskettuna suurempi. Jakelutasolla Universalin globaali markkinaosuus oli vuonna 2016 32,8 %, eli 3,8 prosenttiyksikköä suurempi.¹¹⁵ Joidenkin kommentaattorien mukaan suuret yhtiöt esittävätkin usein markkinaosuutensa mieluummin tämän osuuden mukaan ja ovat onnistuneet saamaan näin paremmat sopimukset neuvotteluissa suoratoistopalveluiden kanssa.¹¹⁶

Suoratoistopalvelut luonnollisesti hyödyntävät markkina-asemaansa neuvotteluissa oikeuksien haltijoiden kanssa. Steve Knopperin¹¹⁷ mukaan Apple onnistui tekemään iTunes-kauppaa perustaessaan mp3-piratismin ja laskevien tulojen kanssa kamppaileville suurille levy-yhtiöille sopimuksen, joka hyödytti sitä enemmän kuin

jälkimmäisiä. Sopimuksessa Applelle kuului 30 % välityspalkkio mp3-tiedostoista, joita myytiin – ensimmäistä kertaa irrallaan albumista – dollarin kappalehintaan.¹¹⁸ Apple saavutti niin sanotun portinvartijan¹¹⁹ aseman, kun Itunesista muodostui markkinajohtaja mp3-myyntin suhteen.¹²⁰ Sopimus loi myös yleisen mallin musiikkipalveluille, kuten Spotifylle, joka on ilmoittanut tilittävänsä eteenpäin oikeudenomistajille noin 70 % saamistaan tuloista.

Lähes monopoliasemassa toimiva videosuoratoistopalvelu Youtube on palvelun räjähdysmäisen kasvun ansiosta onnistunut saamaan itselleen samantyyppisen portinvartijan aseman. Sen käyttäjäkunta on kaiken lisäksi nuorta, mikä on olennaista tulevaisuuden kuluttajakäyttäytymisen hallinnassa. Ennen uuden direktiivin hyväksymistä syyskuussa 2018 Youtube on voinut käyttää hyväkseen digitaalisen ympäristön tekijänoikeuksiin liittyvää EU:n laintulkintaa. Sen ja Yhdysvaltojen vuoden 1998 Digital Copyright Millennium Act -säädöksen mukaan palvelu on vain neutraali alusta, johon käyttäjät lataavat sisällön, eikä se itse ole täten vastuussa tekijänoikeuden suojaaman materiaalin levittämisestä.¹²¹ Youtubesta on muodostunut niin tärkeä markkinointi- ja kuunteluväylä, että suosionsa maksimoimiseen tähtäävien artistien – tai näiden managerien ja levy-yhtiöiden – on käytännössä ollut pakko olla esillä siellä. Alustalla kilpailuasetelmassa keskenään eivät ole pelkästään artistit, vaan myös musiikin kanssa huomiosta kilpailevat media, kuten meemi- ja pelivideot, tv-ohjelmien kaltainen audio-visuaalinen sisältö ja videoblogit. Palvelu on muodostunut niin tärkeäksi musiikin kuuntelukanavaksi, että se on voinut ”kiristää” eri maiden tekijänoikeusjärjestöjä poistamalla näiden hallinnoiman materiaalin palvelustaan, mikä on saanut kuluttajat raivostumaan (useimmiten kyseessä olevalle tekijänoikeusjärjestölle). Teostokin sai kokea tämän menettelyn, kun Youtube yllät-

täen esti pääsyn vuoden 2017 marraskuussa järjestön hallinnoimaan materiaaliin muutamaksi päiväksi, vaikka niiden väliset lisensointineuvottelut olivat kesken.¹²²

DEMOKRATISAATIO SUORATOISTON AIKAKAUDELLA

Demokratisaation osalta kehitys ei ole ollut yksiselitteistä. Teknologiselta kannalta katsoen demokratisaatio on edennyt äänitetuotannossa siihen pisteeseen, että tuottamis- ja jakeluteknologiaan on helppo päästä käsiksi pienilläkin taloudellisilla resursseilla. Paikasta niinkään riippumatta kuka tahansa, jolla on tietokone tai pelkkä älypuhelin ja nettiyhteys, voi ainakin teoriassa jakaa musiikkiaan suoratoistopalveluiden avulla. Hesmondhalghin esittämistä demokratisaation edellytyksistä pääsy tuotantovälineisiin ja niiden hajautuminen ovat siis edenneet pitkälle Suomen oloissa.

Taloudellisesta ja sosiaalisesta näkökulmasta demokratisaation voi kuitenkin kyseenalaistaa: pienempien äänitetuottajien mahdollisuudet taloudellisesti kannattavaan toimintaan ja saada kuuntelijoita eivät ole olennaisesti parantuneet. Kilpailu kuuntelijoiden rajallisesta huomiosta jatkuvasti kasvavan tuottajajoukon kanssa on yhä tiiviimpää. Tässä markkinointiresursseista ja osaamisesta on hyötyä. 2010-luvulla tarjonnan suodattaminen on muodostunut välttämättömyydeksi musiikkipalveluille, sillä kuuntelijan täytyy pystyä jotenkin valikoimaan haluamansa musiikin valtavasta tarjonnasta. Palvelut haluavat kuulijoiden olevan tyytyväisiä ja kuuntelevan niiden suoratoistovirtaa mahdollisimman pitkään. Äänitetuottajat – ainakin ne, joille tuottaminen on liiketoimintaa – haluavat pystyä vaikuttamaan käyttäjien musiikkivalintoihin ja ohjaamaan näitä tuottamiensa artistien tai musiikin pariin. Spotifyn osalta tässä on tapahtunut tutkijoiden mukaan muutos: jos

aluksi käyttäjän piti joko osata hakea haku-kentästä haluamaansa artistia tai kuunnella valitsemiensa aikakausien ja genrejen musiikkia palvelun Spotify radio -toiminnon määräämänä, nykyään palvelu tarjoaa aktiivisesti monenlaisia suosituksia ja soittolistoja.¹²³ Linkkejä omiin soittolistoihin käyttäjät ovat tosin voineet jakaa toisilleen jo palvelun alkuaikoina.

Suoratoistopalvelut pystyvät keräämään laajoja big data -aineistoja käyttäjästä ja tekemään näistä profiilin, jota hyödyntävä algoritmi yrittää muodostaa kullekin käyttäjälle tätä miellyttävän musiikkivirran. Soittolistat – jotka voivat olla edellä mainitulla tavalla algoritmien, muiden käyttäjien tai tunnettujen dj:den kokoamia tai vain suosituimpia kappaleita esitteleviä listoja – ovat muodostuneet myös tärkeiksi tarjontaa suodattaviksi välineiksi – ja sama pätee vaikkapa hakukoneisiin. Tilanne ei oikeastaan eroa paljoakaan esimerkiksi radiokanavien aiemmasta merkityksestä niin sanottuina portinvartijoina, jotka valikoivat pitkälti helposti ja ilmaiseksi (radiossa) tarjolla olevan musiikkisisällön ja vaikuttivat paljolti levymyyntiin. Algoritmien toimintaa on haastava tutkia, sillä sopimusten ohella ne kuuluvat liikesalaisuuksien piiriin. Ruotsalaisen tutkimuksen mukaan Spotify ei luo naisille ja miehille erilaisia suosituksia, mutta sen soittolistoilla miesartistit ovat enemmistössä.¹²⁴ Spotifyn perustajat ovat miehiä, ja esimerkiksi Suomen tytäryhtiön ainoaksi soittolistatoimittajaksi on valittu jo kaksi kertaa mies.¹²⁵ Myös Mikseri.net-sivuston ylläpitäjissä on vain miehiä. Nämä esimerkit viittaisivat siihen, että suoratoisto ei ole pystynyt haastamaan miesten hegemoniaa musiikintuotannossa. Rodullistettujen artistien ja tuottajien asemaan suoratoistossa tämä tutkimus ei pysty juurikaan tuomaan lisätietoa; selvää on, että tarjolla oleva musiikki on monipuolistunut, ja esimerkiksi rap-musiikin suosio palvelussa viittaa siihen, että ainakaan kaikkia rodullistettuja artisteja ei syrjitä.

Suomen muusikkojen liiton lakiasianpäällikön Lottaliina Pokkisen¹²⁶ mukaan artisteilla on kuitenkin nykypäivänä enemmän valtaa, sillä heillä on paremmat mahdollisuudet tuottaa ja markkinoida musiikkiaan itse. Pienet tuottajat voivat markkinoida omia julkaisujaan sosiaalisen median avulla. Spotify-palvelun sisällä mahdollisuudet saada kuulijoita rajoittuvat soittolistoihin ja maksulliseen mainostilaan. On myös viitteitä siitä, että suosituille soittolistoilta pääsy palvelussa voi helpottua maksamalla oikeille tahoille.¹²⁷ Toki esimerkiksi Facebookin – yksi Spotifyn varhaisista yhteistyötahoista – avulla voi jakaa myös Spotifyn kappaleita ja soittolistoja. Youtubessa, Facebookissa ja Myspacessa voi ainakin kontakteilleen jakaa tietoa tai linkkejä musiikkisivustoihin ilmaiseksi. Toisaalta esimerkiksi digitaalinen mainostus Facebookissa ja Googlen hakupalveluissa on muodostunut yhä enemmän markkinoinnin asiantuntijoiden hallitsemiksi alueiksi, ja kyseiset palvelut myös veloittavat jatkuvasti enemmän ja enemmän markkinointipalveluistaan tai näkyvyydestä sivuilla – tai jopa kavereiden syötteessä.

Hesmondhalghin mainitsema tuotantoorganisaation sisäinen yhteistyö ei puolestaan ole kilpailun ja eriävien intressien vuoksi kovin korkealla tasolla – paitsi sisäisesti etujärjestöjen tasolla. Kuten edellä käsittelemäni käytännöt lisensointineuvotteluissa osoittavat, suoratoiston konjunktuuria on myös leimannut valtasuhteiden korostuminen etenkin liittyen taloudellisiin tekijöihin. Saman liiketoimintasektorin yritykset pyrkivät toimimaan yhdessä pitäessään etujaan muita sektoreita vastaan, vaikka voivat kilpailla keskenään.¹²⁸ Äänitetuottajilla on vaikutusvaltainen etujärjestö IFPI, jota Suomessa edustaa Musiikkituottajat – IFPI Finland, mutta myös pienet äänitetuottajat ovat katsoleet tarvitsevansa oman etujärjestönsä (WIN, jota Suomessa edustaa vuonna 2001 perustettu Indieco), joka on myös Musiikkituottajien jäsen, kuten osa

sen jäsenistä. Musiikkipalvelut edustavat taas omia sijoittajiaan, tekijänoikeusjärjestöt asiakkaitaan (toki esimerkiksi Teoston asiakkaisiin lukeutuu kustantajia, joista suurimmat kuuluvat suurille musiikkiyhtiöille). Suomen musiikintekijät ja Suomen muusikkojen liitto pyrkivät niin ikään ajamaan jäseniensä etuja.

Voimakkaasta kasvusta huolimatta suoratoistomusiikista saatavien tulojen jakaminen herättää suurta erimielisyyttä tuotantoorganisaatioissa. Musiikintekijät ja esittäjät valittavat suoratoistosta saamistaan rojalteistaan. Hyvä esimerkki Suomessa tästä on Anssi Kela, joka vuonna 2013 blogissaan vertaili Spotify-korvauksia cd-myyntiin.¹²⁹ Julkisuudessa on pohdittu, johtuuko suoratoistopalveluiden korvausten pitäminen huonoina vain artistien huonoista sopimuksista levy-yhtiöiden kanssa. Kelan tapauksessa oli kuitenkin yksinkertaisesti kyse siitä, että streaming-korvaukset olivat alhaisempia cd-myyntiin verrattuna. Pokkisen¹³⁰ mukaan artistien äänitteistä saamat tulot ovat romahtaneet suoratoiston aikakaudella. Samansuuntaisia, joskaan ei täysin yksimielisiä näkemyksiä on esitetty myös Kuka Mitä Häh? -palstalla. Norjassa striimaus yleistyi nopeasti, ja paikallisten artistien ja pienten levy-yhtiöiden tulojen pienentymisestä löytyy näyttöä.¹³¹

Suurilla musiikkiyhtiöillä on hallussaan kymmenien tuhansien masteräänitteiden oikeudet 70 vuoden ajalta, jonka pituisen ajan laki tällä hetkellä suojaa äänitteitä niiden syntyhetkestä. Ne ovat voineet hyötyä pientenkin soittokohtaisten korvauksien skaalautumisesta, kun yksittäisille artisteille kappalekohtaiset korvaukset ovat puolestaan paljon merkittävämpiä. Esimerkiksi Spotifyssa kaikki tilaus- ja mainostulot ohjataan yhteiseen pottiin, josta tuottajille maksetut korvaukset maksetaan kuukausittain kaikkien palvelussa kertyneiden soittokertojen mukaisessa suhteessa (niin sanottu ”pro rata”).¹³² Tällöin vähemmän suosittuja

kappaleita kuuntelevan tilaajan kuukausimaksuja ei jaetaan suoraan hänen kuuntelemilleen artisteille, vaan ne ohjautuvat lukuisia soittokertoja kuukaudessa kerääville hiteille. Rahanjakojärjestelmä on tietenkin edullinen tähtiartisteille ja näiden sopimus-kumppaneille eli suurille yhtiöille, jotka ovat myös Spotifyn osakkeenomistajia.¹³³

Suoratoiston tilausmaksuihin ja mainontaan perustuva taloudellinen periaate kuitenkin eroaa sen verran esimerkiksi fyysisten levyjen yksikkömyynnistä, että näitä on hyvin vaikea verrata keskenään. Edellisessä kuluttaja on omistajan sijaan vuokraaja ja kuuntelija television ja radion tapaan, jolloin palvelut saavat tasaista tulovirtaa tilausmaksuista ja mainoksista. Pelkän ostopahtuman sijaan soittokorvauksia kertyy pitkällä aikavälillä – niin pitkään kuin korvattavaa äänitettä palvelussa kuunnellaan. Fyysiset äänitteetkään eivät ole täysin poistuneet ja tuskin poistuvatkaan markkinoilta lähivuosina, sillä ainakin osa kuluttajista kuuntelee äänitemusiikkia useissa formaateissa. On kuitenkin selkeitä merkkejä siitä, että artistit ja äänitetuottajat ovat jakaantuneet suoratoistossa selvemmin yksittäisiin menestyjiin ja suureen joukkoon toimijoita, joiden tulot äänitteistä ovat pienentyneet.

Myös äänitetuottajat ja tekijänoikeusjärjestöt ovat valittaneet musiikkipalvelujen maksamien lisensiointikorvausten pienuutta (etenkin Youtuben tapauksessa), kun taas musiikkipalveluiden osalta mainitaan niiden ongelmat tehdä voittoa, mikä puolestaan liitetään suurten yhtiöiden vaatimiin suuriin lisensiointikorvauksiin (Youtubea lukuun ottamatta).¹³⁴ Tässä konjunktuurin poliittinen ulottuvuus tekijänoikeuksia ja markkinoita määrittävien lakien puolesta korostuu jälleen.

YHTEENVETO: DIGITAALINEN ÄÄNITE- TUOTANTO JA KULTTUURINEN ULOTTUVUUS

Edelliset esimerkit korostavat äänitetuotannon taloudellisia ja poliittisia rakenteita suoratoistoteknologian demokratisoivan vaikutuksen taustalla. Teknologisesti suoratoisto on mahdollistanut musiikinkuuntelun monipuolisemman muokkaamisen esimerkiksi sisällön kuten kuunnellun musiikkivirran organisoimisessa ja lisännyt äänitevalikoiden kannettavien laitteiden käytössä. Suoratoistopalvelut ovat yleisesti äänitetuottajien saavutettavissa musiikin jakamiseen. Tuotanto- ja jakeluteknologian saavutettavuus suoratoiston aikakaudella ei kuitenkaan takaa yleisön saavuttamista saati taloudellista menestystä. Historiallinen kehitys näyttää päinvastoin tukevan vakiintuneita suuria toimijoita, olivat nämä sitten äänitteitä tuottavia ja jakelevia yhtiöitä tai suoratoistopalveluita. Median ja kuuntelijoiden huomion kiinnittäminen onnistuu helpommin, kun voi investoida markkinointiin. Jos harrastuspohjalta äänitteiden tuottaminen on tullut halvemmaksi ja helpommaksi, korvaustaso suoratoistotaloudessa on laskenut useimmille artisteille ja äänitetuottajille.

Toisaalta yksittäiset todella suosittu artistit, suuret äänitetuottajat, jotka ovat pitkää aikaa saaneet paitsi markkinaosuutensa myös tuloksensa kasvamaan, näyttävät hyötynneen kulutuksen muutoksesta – sama pätee etenkin suosituimpiin musiikkipalveluihin kuten Spotifyhin, jonka emoyhtiö listautui onnistuneesti New Yorkin pörssiin huhtikuussa 2018, ja Youtubeen, jonka talous on kasvukäyrällä.¹³⁵ Näiden palveluiden suuret käyttäjämäärät takaavat niille hyvät neuvotteluasemat suhteessa äänitetuottajiin. Parhaita korvauksia maksavien palveluiden, kuten Bandcampin, kautta ei pysty saavuttamaan yhtä laajaa kuulijakuntaa kuin esimerkiksi edellisten. Artisteilla on kuitenkin enemmän valinnanvaraa uran luonnissaan,

mikä parantaa heidän neuvotteluasemaansa. On viitteitä siitä, että suoratoisto ei ole kohentanut naisten asemaa musiikkialalla. Tätä kysymystä ja rodullistettujen artistien ja tuottajien asemaa etenkin suomalaisessa suoratoistoympäristössä pitäisi kuitenkin selvittää tarkemmin tulevilla tutkimuksissa.

Näyttää siltä, että pärjätäkseen suoratoistotaloudessa äänitetuottajat, musiikintekijät ja artistit pyrkivät tuottamaan musiikkityylejä, jotka ovat palveluissa suosittuja ja siten pääsevät esimerkiksi Spotifyssa soittoilistoille. Demokratisaation kannalta synkältä vaikuttava teknologinen kehitys sekä poliittisiin ja taloudellisiin tekijöihin liittyvä valta-asetelma eivät ole kuitenkaan täysin määrittäneet äänitetuotannon sosiaalisia tai kulttuurisia piirteitä. Musiikkipalveluissa on myös mahdollista jakaa marginaalisempiakin tyylejä, ja saatavilla oleva tarjonta on monipuolistunut. Radio on yhä suosituin musiikkinkuunteluväylä, ja sellaiset kertaalleen unohdetut ääniteformaattit kuten vinyyli ja c-kasetti on otettu uudestaan käyttöön keräilijöiden ja pienten äänitetuottajien keskuudessa. Vaikka monet tuotannon ehdot ovat pysyneet samana, ohjelmavirtana suoratoisto on muuttanut äänitekulttuuria melko perustavanlaatuisesti – tuleville tutkimuksille jää vielä paljon tarkasteltavaa esimerkiksi siinä, miten soittoilistat ja suosittuaset oikeastaan toimivat.

FM Juho Kaitajärvi-Tiekso viimeistelee väitöstudiumista äänitetuotannon digitalisaatiosta ("Dynamics of Democratization and Digitalisation of Record Production in Finland in the 2010s") Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunnassa Tampereen yliopistossa. Hän on julkaissut artikkeleita aiheesta mm. *Etnomusikologian vuosikirjassa* sekä teoksissa *Oxford Handbook of Music and Virtuality*, *Networked Music Cultures*, *Underground Music Scenes and DIY Cultures*.

¹ Tarkoitan ammattimaisella tässä teknologiaa, jota käytetään markkinoilla jaeltavien äänitteiden tuotannossa yleisesti. Kyse on siis teknologiasta, joka täyttää tavallisen kuluttajan (ei välttämättä alan huippuammattilaisen) äänenlaadulle asettamat standardit.

² Toki mp3- ym. musiikkitiedostot sijaitsevat yhä fyysisesti joko käyttäjien tai serverien kovalevyillä. Tässä mielessä musiikin materiaalisuus ei ole kadonnut mihinkään. (Sterne 2012, 194.)

³ Ks. Hesmondhalgh 1998; Burgess 2014, 58–61, 131–133; Taylor 2014[2001], 3–14. Äänitetuotannolla kuvataan yleisesti tuotantoprosessia kokonaisvaltaisesti niin, että käsite pitää sisällään masteräänitteen tuotannon, kopioimisen, jakelun ja markkinoinnin.

⁴ Ks. Laing 2015[1985]; Théberge 2001; Wallis & Malm 1984.

⁵ Hesmondhalgh 1998.

⁶ Muikku 2001, 249–250, 256–257, 261. 1990-luvun jälkeisestä kehityksestä lisää myöhemmin tässä artikkelissa.

⁷ Ks. Suominen ja muut 2013; Barney 2000; Handbook of Internet Studies 2011; Tässä artikkelissa ei ole valittavasti mahdollisuuksia käsitellä tätä asiaa syvemmin.

⁸ Galuszka 2015; Marshall 2015.

⁹ Hesmondhalgh 1998.

¹⁰ Ks. mm. Clarke 2010.

¹¹ Emt.; vrt. Bijker ja muut 2012, 3–9; Taylor [2014]2001, 3–14.

¹² Hesmondhalgh 1998.

¹³ Media-aloille on tyypillistä ns. oligopolinen, harvojen suuryhtiöiden käsiin keskittynyt tuotanto (ks. Brusila 2007, 47–9).

¹⁴ Hesmondhalgh 1998.

¹⁵ Emt.

¹⁶ Williamson ja Cloonan 2007. Ks. myös alaviite 3.

¹⁷ Vignolle 1980 Muikun 1988 mukaan.

¹⁸ Tallennusta voisi kutsua ns. masteräänitteen tuottamiseksi. Master on alkuperäinen tai ensikopio, josta kopiot tehdään. Vinyyli levyissä master kai-verretaan, cd-levyjen valmistuksessa taas tehdään lasimaster, jotka molemmat ovat verrattain suuria työvaiheita kustannuksiltaan.

¹⁹ Leyshon 2001.

²⁰ Myöhemmin esittelen teknologian suhdetta mm. talouteen esitellessäni konjunkturaalisen näkökulmani.

²¹ Vrt. Williamson & Cloonan 2007.

²² Ks. Ojasen (2015) ns. integroitu malli.

²³ Poikkeuksena ohjelmoitavat elektronisen musiikin osuudet.

²⁴ Esimasteroinnilla erotetaan esimerkiksi cd- tai vinyyli levyjen kohdalla äänitetyn materiaalin valmiiksi koostaminen varsinaisen masterin eli fyysisen

masterlevyn tekemisestä (ks. seuraava alaviite).

²⁵ Cd-levyjen valmistus edellyttää lasimasterin tekemistä. Vinyylituotannossa ensin kaiveretaan masterlevy (masteroinnin alkuperäinen merkitys). Masterista matrisoidaan negatiivimuotti, jolla viimeiseksi puristetaan vinyylikopiot.

²⁶ Ojanen 2015.

²⁷ Emt.

²⁸ Braudel 1984, 17, 71–88.

²⁹ emt.; Clarke 2010; Lehtonen 2016. Vaikka Braudelin (1980, 29–30, 74–6) näkemyksellä on yhtäläisyyttä muiden, Marxiin jäljittyvien konjunkturaalisten teorioiden (Koivisto & Lahtinen 2012) kanssa monelta osin, muun muassa ajanjakson monitahoisuuden osalta, se tulee ymmärtää omana historiantutkimuksellisenä tapanaan nähdä konjunkturi keskipitkänä, usein syklisenä ajanjaksona. Lisäksi näistä tulee erottaa Braudelin lähellä oleva yleiskielen määritelmä taloudellisesta suhdanteesta.

³⁰ Clarke 2010; Sarjala 2003, 136–44.

³¹ emt., 138.

³² <https://archive.org/>.

³³ Suominen 2013.

³⁴ Alastalo & Åkerman 2010.

³⁵ Emt.

³⁶ Kansalliskirjasto, vapaakappaletoimiston julkaisutilastot, <http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/123267/Julkaisutilasto%20Musiikki%20a4%20a4n%201995-.pdf> Luettu 30.6.2018. Tilastot koskevat vain fyysisiä formaatteja.

³⁷ Täten kasvua on ollut myös vv. 1991–1995, kun vuonna 1991 arkistoitui 1975 nimikettä (Ritosalmi 1997).

³⁸ Luvut koskevat suurten yhtiöiden jakelemia äänitteitä, eivät pelkästään niiden tuottamia mastereita. Suurten julkaisijoiden jakelemien äänitteiden määrä romahtaa vapaakappaletilastoissa yli 50 % vuonna 2015, mikä liittyy siihen, että digitaaliset julkaisut ovat korvanneet fyysiset formaatit, mutta eivät puolestaan ole löytäneet tietään arkistoon.

³⁹ Korjus 2017; Haikonen 2017. Pienempien toimijoiden määrän kehityksen tarkempi arviointi vaatisi erittäin syvällistä ja aikaa vievää tietokannan tutkimista.

⁴⁰ Brusila 2007. Tästä ei ole tosin vielä tehty perusteellista tutkimusta Suomessa; väite riippunee sellaisista tekijöistä kuin äänitettävä kokoonpano.

⁴¹ Sterne 2012.

⁴² Oikeastaan tämä tarkoittaa näytteenottotaajuutta. Cd-äänien näytteenottotiheys on 44100 bittiä sekunnissa, 16 bittiä per kanava, eli 44100 X 16 X 2 = 1411 kbit/s.

⁴³ Ks. mm. Vesa Keränen. Pakkaa musiikkia tehokkaasti, Tivi.fi, 29.9.2005, <https://www.tivi.fi/Arkisto/2005-09-29/Pakkaa-musiikkia-tehokkaas->

[ti-3088434.html](https://www.tivi.fi/Arkisto/2005-09-29/Pakkaa-musiikkia-tehokkaas-ti-3088434.html) Luettu 10.1.2019.

⁴⁴ Vertaisverkoista käytetään myös nimitystä p2p tai ”peer-to-peer”-verkko.

⁴⁵ IFPI 2018. Peter Tschmuck, ”The fate of the CD – an international CD-market analysis”, Music Business Research, 30.11.2016, <https://musicbusinessresearch.wordpress.com/2016/11/30/the-fate-of-the-cd-an-international-cd-market-analysis/> Luettu 31.10.2018. IFPI 2018.

⁴⁶ Hammond 2016.

⁴⁷ Jones 2011; Bill Holland. ”RIAA’s ‘97 figs. reflect changes in the U.S. mkt.” Billboard, 28.2.1998, s. 1, 81, <https://books.google.fi/books?id=Eg8EAAAAMBAJ&pg=PA65&dq=Billboard%20february%2028%201998&hl=fi&pg=PA5#v=onepage&q=Billboard%20february%2028%201998&f=false> Luettu 21.11.2018.

⁴⁸ Mervi Vuorela, ”Teleoperaattorin uudet vaatteet - mitä muutos tarkoittaa musiikintekijän kannalta?”, Teostory, 15.10.2018, <https://www.teostory.fi/teostory/teleoperaattorin-uudet-vaatteet> Luettu 3.11.2018.

⁴⁹ ”Rahavarvonkerroin 1860–2017”. Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuluttajahintaindeksi. Helsinki: Tilastokeskus, http://www.stat.fi/ti/khi/2017/khi_2017_2018-02-26_tau_001.html Luettu 21.11.2018. Kappaleen hinnan suhde kokonaiseen albumiin ei tosin ole juuri muuttunut.

⁵⁰ Emt.

⁵¹ Emma.fm (Internet Archiven tallenne, 20.2.2001), <https://web.archive.org/web/20010220192406/http://www.emma.fm:80/> Luettu 5.11.2018.

⁵² Esimerkiksi kirjoitushetkellä Itunesissa ladattava kappale maksaa euron (uutuudet 1,29 euroa). Spotifyn kuukausimaksu on 9,90 euroa, josta yhtiö on ilmoittanut tilittävänsä n. 70 % sen tuottajille. Kun yhdestä striimistä tilitys on keskimäärin noin 0,7 senttiä, yhden striimin keskim. hinnaksi tilaajalle voi laskea noin sentin. ”Having rescued recorded music, Spotify may upend the industry again”, Economist, 11.1.2018, <https://www.economist.com/business/2018/01/11/having-rescued-recorded-music-spotify-may-upend-the-industry-again?frsc=dgle> Luettu 11.11.2018.

⁵³ Tero Lehto, ”Drm-musiikki voi jäädä lyhyeksi iloksi”, Tietoja koneesta. Tietokone-lehden toimituksen blogi, 31.3.2006, (Internet Archiven tallenne, 3.2.2007) <https://web.archive.org/web/20070203032433/http://blogit.tietokone.fi/tietojakoneesta/?p=72> Luettu 5.11.2018.

⁵⁴ Burkart & McCourt 2004; Ingrid Lunden, ”Music Download Site eMusic Gets Acquired Again, This Time By Israeli Media Startup TriPlay”, TechCrunch, 20.10.2015, <https://techcrunch.com/2015/10/20/music-download-site-emusic-gets-acquired-again-this-time-by-israeli-media-startup-triplay/?guccounter=1> Luettu 24.10.2018; Wikström 2009, 103–104.

⁵⁵ Wikström 2009, 102.

⁵⁶ Seppälä 2014. Palasokeri, <https://www.palasokeri.fi/>

com/artikkeli/1190 Luettu 10.6.2018.

⁵⁷ IFPI 2018.

⁵⁸ Sänppäkilä 2012.

⁵⁹ FRED Economic Data, "Producer Price Index by Industry: Software and Other Prerecorded Compact Disc, Tape, and Record Reproducing: All Other Reproduction of Audio Recording Media, Including Full-Length Audio Cassette Tapes", <https://fred.stlouisfed.org/series/PCU33461433461426#0> Luettu 30.6.2018.

⁶⁰ V. 2006 n. 40 % internetin käyttäjistä latasi sieltä musiikkia. "Internetin käyttötarkoitukset keväällä 2006", Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö. Helsinki: Tilastokeskus, http://www.stat.fi/til/sutivi/2006/sutivi_2006_2006-12-11_tau_001.html Luettu 31.10.2018.

⁶¹ GSM.fi, <http://gsm.fi/uutiset.html> Luettu 31.10.2018; "Liitetaulukko 6. Internetin mobiilikäyttö ja mobiiliin käytön useus kannettavilla laitteilla iän, toiminnan, koulutusasteen, asuinpaikan kaupunkimaisuuden ja sukupuolen mukaan 2011, %-osuus väestöstä", Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö, Helsinki: Tilastokeskus, http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tau_006_fi.html Luettu 1.11.2018.

⁶² 70 vuoden suoja-aika koskee vain ETA-maissa tuotettuja äänitteitä (jotka on julkaistu tai välitetty yleisöllä 50 vuoden sisällä tuottamisesta). Muualla tuotettujen äänitteiden suoja-aika on 50 vuotta. "Läähioikeudet", Tekijänoikeus.fi, <https://tekijanoikeus.fi/tekijanoikeus/lahioikeudet/> Luettu 23.10.2018; TOL 5:465.

⁶³ Jussi Saarinen, "Hei hei, Myspace-Erään musiikkisivuston nousu ja tuho", Rumba, 12.6.2011, <https://www.rumba.fi/uutiset/hei-hei-myspace-%e2%80%93-eraan-musiikkisivuston-nousu-ja-tuho/> Luettu 20.10.2018; Mjøs 2012, 19, 29.

⁶⁴ Mjøs 2012, 19, 29.

⁶⁵ Emt.

⁶⁶ Josh Constine, "Myspace reborn! Facebook will let you pin song clips to your profile", TechCrunch, 24.10.2018, <https://techcrunch.com/2018/10/24/facebook-music-profile/> Luettu 24.10.2018; "Facebook signs music licensing deals with Merlin, Beggars Group, [PIAS] and Ingrooves", Music Business Worldwide, 20.4.2018, <https://www.musicbusinessworldwide.com/facebook-signs-new-music-deals-with-merlin-beggars-group-pias-and-ingrooves/> Luettu 24.10.2018.

⁶⁷ Harto Pönkä, "Sosiaalisen median katsaus 05/2010", <https://www.slideshare.net/hponka/sosiaalisen-median-katsaus-052010> Luettu 31.10.2018; "Top Sites in Finland", Alexa, <https://www.alexa.com/topsites/countries/FI> Luettu 1.11.2018.

⁶⁸ Tervonen 2018.

⁶⁹ Ks. esim. "Grooveshark", Basso.fi / foorumi, <http://www.basso.fi/foorumi/threads/groove-shark.70679/> Luettu 1.11.2018.

shark.70679/ Luettu 1.11.2018.

⁷⁰ Ben Sisario, New York Times, 30.4.2015, https://www.nytimes.com/2015/05/01/business/media/grooveshark-shuts-down-to-settle-copyright-infringement-suit.html?_r=0 Luettu 22.10.2018.

⁷¹ Tim Ingham, "SoundCloud's popularity has doubled in the past year", Music Business Worldwide, 12.8.2015, <https://www.musicbusinessworldwide.com/soundclouds-popularity-doubled-past-year/>; Ingham, "As SoundCloud, valued at \$300m, books an uncertain future... could a major label have rescued it?", Music Business Worldwide, 4.8.2017. Molemmat luettu 12.10.2018.

⁷² "Tietoa Mikseristä", Mikseri.net, <http://mikseri.net/about.php>

⁷³ Mikseri.net (Internet Archiven tallenne, 3.3.2003) <https://web.archive.org/web/20030303152203/http://www.mikseri.net:80/faq/> Luettu 5.11.2018.

⁷⁴ Syksyllä 2018 Spotify ilmoitti, että artistit voivat alkaa suoraan ladata palvelun kautta musiikkiaan.

⁷⁵ "We've Only Just Begun!", Spotify Blog, 7.10.2008 (Internet Archiven tallenne, 8.10.2008), <https://web.archive.org/web/20081008230755/http://www.spotify.com/blog/archives/2008/10/07/weve-only-just-begun/> Luettu 10.10.2018; Fleischer 2017.

⁷⁶ "Introducing Spotify Open and Unlimited", Spotify Blog, 18.5.2010 (Internet Archiven tallenne, 31.10.2008), <https://web.archive.org/web/20100326004722/http://www.spotify.com:80/int/blog/archives/2010/05/18/open-and-unlimited/> Luettu 31.10.2018. Aluksi ilmaisversiossa oli kuuntelu-aikaa koskevia rajoituksia. Palvelusta on ollut saatavilla halvempia, riisutumpia tilauksia, tutustumistarjouksia sekä matkapuhelinoperaattorien välittämiä kytkytalauksia.

⁷⁷ Apple, Android ja Nokia. Windows-puhelimille Spotify julkaistiin lokakuussa 2010.

⁷⁸ Natasha Lomas, "Rhapsody Expands Its Napster Streaming Music Service To 14 More European Countries", TechCrunch, 4.6.2013, <https://techcrunch.com/2013/06/04/napster-expands-across-europe/> Luettu 24.10.2018.

⁷⁹ Mulligan 2017. Rhapsody vaihtoi palvelunsa Napsteriksi vuodesta 2016 myös Yhdysvalloissa.

⁸⁰ Jussi-Pekka Panttila, "Streamauksen herruudesta kova kilpailu: Deezerille 100 miljoonaa euroa", YleX, 9.10.2012, <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2012/10/09/streamauksen-herruudesta-kova-kilpailu-deezerille-100-miljoonaa-euroa> Luettu 22.10.2018; Mark Mulligan, "Deezer, Spotify and the Streaming Gold Rush", Music Industry Blog, 10.10.2012, <https://musicindustryblog.wordpress.com/2012/10/10/deezer-spotify-and-the-streaming-gold-rush/> Luettu 22.10.2018.

⁸¹ Mulligan 2017.

⁸² Tidalia voi striimata FLAC eli "free lossless audio codec" -formaattissa, joka vastaa pakkaamatonta cd-tasoisia ääntä. Ks. alaviite 42.

⁸³ Rebecca McClay, "Apple Music Snags US Market Share From Spotify", Investopedia, 9.7.2018, <https://www.investopedia.com/news/apple-music-snags-us-market-share-spotify/> Luettu 22.10.2018.

⁸⁴ Tervonen 2018. Tutkimus ei mainitse Napsteria, jonka tilaajamäärät Suomessa lienevät vaatimattomia.

⁸⁵ Kim 2012.

⁸⁶ Mark Mulligan, "State of the YouTube Music Economy 2.0: A Turning Point for All Parties", Music Industry Blog, 28.8.2018, <https://musicindustryblog.wordpress.com/2018/08/28/state-of-the-youtube-music-economy-2-0-a-turning-point-for-all-parties/> Luettu 12.10.2018.

⁸⁷ Tim Ingham, "YouTube muscles in on Vevo's territory with new Official Artist Channels", Music Business Worldwide, 23.1.2018, <https://www.music-businessworldwide.com/youtube-muscles-in-on-vevos-territory-with-new-official-artist-channels/> Luettu 22.10.2018; Todd Spangler, "YouTube Will Merge Vevo Channel Subscribers Into Unified 'Official' Music Artist Accounts", Variety, 23.1.2018, <https://variety.com/2018/digital/news/youtube-vevo-music-channels-consolidation-official-artists-1202674125/> Luettu 22.10.2018.

⁸⁸ Music & Copyright 2017; Music & Copyright 2018; Wintel 2017. Ensimmäinen lähde kuvaa markkinaosuutta jakelun perusteella (n. 73 %; suuret levy-yhtiöt jakelevat usein pienempiä), toinen taas myytyjen äänitteiden omistajuuden perusteella. Jälkimmäinen on riippumattomien levy-yhtiöiden verkoston teettämän tutkimuksen esittämä, omistajuuteen perustuva luku.

⁸⁹ "Physical/Digital sales market share for Finland (January-December 2017)", Musiikkituottajien kotisivu, <https://ifpi.fi/tilastot/vuosimyynti/2017/Markkinaosuudet%20kokonaismyynti%202017.pdf> Luettu 26.10.2018. Masteräänitteen omistajuuden perusteella suurilla levy-yhtiöillä oli vuonna 2016 84 % Suomen markkinoista (Wintel 2017).

⁹⁰ Monet fyysisten levyjen jakelijat ovat siirtyneet tarjoamaan myös digitaalisia jakelupalveluja. Ks. myös alaviite 148.

⁹¹ Käytännössä monet erikoisäänitekaupat ottanevat myyntiin kaikki heille tarjotut omakustanteet (Similä & Vuorela, 2015, 144, 146-410).

⁹² Hesmondhalgh 1998; Muikku 2001, 151; Rantanen 2005, 37-38.

⁹³ Marshall 2015; Galuszka 2015; Rogers 2014.

⁹⁴ Galuszka 2015. Hyvä esimerkki tästä on Merlin, joka on onnistunut neuvottelemaan jopa osake-osuuksia suoratoistopalveluissa.

⁹⁵ Euroopan komissio pyrkii purkamaan tekijänoikeusjärjestöjen yksinoikeutta ja tuoda kilpailua näiden välille. "Antitrust: Commission prohibits practices which prevent European collecting societies offering choice to music authors and users—frequently asked questions", Euroopan Comission, Press

release database, 16.7.2008, http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-08-511_en.htm Luettu 1.11.2018.

⁹⁶ Emt. Ks. "Teosto muutti audiovisuaalisten sisältöjen hinnoittelumalliaan--KKV:lla ei tarvetta jatkaa selvitystä", Kilpailu- ja kuluttajavirasto, <https://www.kkv.fi/ajankohtaista/Tiedotteet/2017/22.12.2017-teosto-muutti-audiovisuaalisten-sisaltojen-hinnoittelumalliaan--kkvlla-ei-tarvetta-jatkaa-selvitysta/> Luettu 1.11.2018.

⁹⁷ Kaarto 2018. Kaarron mukaan Teoston käymissä uusissa neuvotteluissa suoratoistopalvelu on halunnut kiristää salassapitoehtoja entisestään, koska toiset tekijänoikeusjärjestöt ovat paljastaneet liikaa yksityiskohtia solmimistaan salaisista sopimuksista. Ks. Helienne Lindvall, "Behind the music: The YouTube war is over—but at what cost?", Guardian, 3.9.2009, <http://www.theguardian.com/music/musicblog/2009/sep/03/youtube-googleprs-nda> Luettu 1.11.2018.

⁹⁸ Lindvall 2009; Pokkinen 2018a.

⁹⁹ Wikström 2009, 101-117.

¹⁰⁰ Emt.; Lindvall 2009. Järjestely vastaa alalla artistien ja levy-yhtiöiden välisissä sopimuksissa käytettyä käytäntöä, jonka mukaan artisteille maksetaan ennakkoa, joka vähennetään näiden tulevista rojalteista ("recouping"). Ks. Anderton, Dubber, & James 2014, 181-198.

¹⁰¹ Kaitajärvi-Tiekso 2016.

¹⁰² Pokkinen 2018b.

¹⁰³ "Unearned advances & One-Off Payments". Vuodesta 2013 "Unearned Advances/Guarantees (breakage)".

¹⁰⁴ Lehdistötiedote, Wikileaks, 16.4.2015, <https://wikileaks.org/sony/press/> Luettu 24.10.2018; Micah Singleton, "This was Sony Music's contract with Spotify", The Verge, <https://www.theverge.com/2015/5/19/8621581/sony-music-spotify-contract> Luettu 24.10.2018.

¹⁰⁵ Mark Mulligan, "Warner's Streaming Equity Pay Out Is Commendable But Not Enough", Music Industry Blog, 4.2.2016, <https://musicindustryblog.wordpress.com/2016/02/04/warners-streaming-equity-pay-out-is-commendable-but-not-enough/> Luettu 24.10.2018. Warner on ilmoittanut jakavansa näitä tuloja artistien kanssa jo vuodesta 2009. Hiljattain Spotifyn osakkeista saatujen tulojen osalta Warner tosin vähensi artisteille maksettavasta osuudesta näiden tekemiä ylimääräisiä markkinointikuluja (recouping). Ks. alaviite 98.

¹⁰⁶ Lisensointi suoratoistopalveluun ei ole lakitermein kopioiden valmistamista, vaan "levittämistä". Pokkinen 2018a.

¹⁰⁷ Emt.

¹⁰⁸ Pokkinen 2018b.

¹⁰⁹ Pienlevy-yhtiöaktiivi Darius Van Arman esittää, että suuret levy-yhtiöt pyrkivät siirtämään sopimuksissa korvauksia pois soittoperusteisuudesta

ja pitämään soittokorvaukset pieninä, että niiden tarvitsisi jakaa vähemmän suoratoistotuloja esimerkiksi pienten levy-yhtiöiden tai artistien (joiden korvaukset pohjaavat soittoon) kanssa. Darius Van Arman, "‘We Want to Compete,’ Says Secretly’s Van Arman, Ahead of His Congressional Testimony Tomorrow (Guest Post)", *Billboard*, 24.6.2014, <https://www.billboard.com/biz/articles/news/legal-and-management/6128808/we-want-to-compete-says-secretlys-van-arman-ahead-of> Luettu 2.11.2018.

¹¹⁰ Voidaan olettaa, että suuri enemmistö mainostuloista on peräisin Youtubesta ja Spotifysta. Mainostulojen piikkiä vuonna 2010 selittänee se, että mainostajat ovat kokeilleet tuohon mennessä tarpeeksi käyttäjiä kerännyttä Spotifyta. Vuoden 2014 kasvu selittyy Youtuben mainoskumppaniohjelman alkamisella vuonna 2013.

¹¹¹ Pokkinen 2018a & b. Helienne Lindvall, "Will Beats Music trump Spotify with its artist charm offensive?", *Guardian*, 15.1.2014, <https://www.theguardian.com/media/media-blog/2014/jan/15/beats-music-spotify-artist-royalties-dr-dre-trent-reznor> Luettu 1.11.2018. Muutama musiikkialan kansainvälinen raportti myös mainitsee, että ei ole näyttöä siitä, että näitä ennakoita olisi jaettu.

¹¹² Klaus Flaming, "Musiikin sähköinen jakelu ..." Kuka Mitä Häh? [Facebook-ryhmän kommenttiketju], 9. lokakuuta 2011 kello 4:25, <https://www.facebook.com/groups/kukamitahah> Luettu 1.11.2018.

¹¹³ Pokkinen 2018a; Tim Ingham, "Sony Music isn't Robin Hood—it's being much smarter than that", *Music Business Worldwide*, 15.6.2018, <https://www.musicbusinessworldwide.com/sony-music-isnt-robin-hood-its-being-much-smarter-than-that/> Luettu 2.11.2018.

¹¹⁴ Music & Copyright 2018. Julkaisu on siirtynyt laskemaan markkinaosuutta masteräänitteen omistajuuden perusteella vuodesta 2016. Ks. emt.; Hammond 2016; alaviite 89.

¹¹⁵ Music & Copyright 2017.

¹¹⁶ Andy Gensler, "Rich Bengloff on A2IM Indie Week, YouTube Licensing; Alleges Majors' Shady Streaming Terms", *Billboard*, 17.6.2014, <http://www.billboard.com/biz/articles/news/indies/6121566/rich-bengloff-on-a2im-indie-week-youtube-licensing-alleges-majors> Luettu 20.12.2016. Ks. myös Lindvall 2009.

¹¹⁷ Knopper 2009, 173–174.

¹¹⁸ Suomessa hinnat olivat samat, mutta euroissa.

¹¹⁹ Hirsch 1972.

¹²⁰ Seth Mnookin, "Universal's CEO Once Called iPod Users Thieves. Now He's Giving Songs Away", *Wired*, 27.11.2007, <https://www.wired.com/2007/11/mf-morris/?currentPage=all> Luettu 20.12.2016.

¹²¹ Saman lain turvin toimivat myös muut artikkelissa mainitut ugc-alustat ja niihin laskettava Facebook. Näyttää tosin siltä, että Youtubea on suojellut myös sen omistajan Alfabetin oikeu-

dellinen etulyöntiasema yhtenä maailman suurimmista pörssiyhtiöistä. Suuret levy-yhtiöt silloista EMLä lukuun ottamatta ehtivät kuitenkin saada korvaukseksi tekijänoikeusloukkauksista palvelun osakkeita – samaan tapaan kuin Myspacen ja myöhemmin Soundcloudin tapauksessa – ennen kuin perustajat myivät palvelun Googlelle vuonna 2006. Andrew Ross Sorkin and Jeff Leeds, "Music Companies Grab a Share of the YouTube Sale", *The New York Times*, Oct. 19, 2006, <http://www.nytimes.com/2006/10/19/technology/19net.html> Luettu 1.11.2018; Eliot Van Buskirk, "MySpace, Major Labels Join Forces for Online Music Store", *Wired*, 3.4.2008, <https://www.wired.com/2008/04/myspace-partner/> Luettu 1.11.2018.

¹²² Matias Mattila, "Teosto nosti kädet pystyyn Googlen mahdin edessä – 'Toivomme, ettei suomalaista musiikkia vedetä kokonaan pois Youtubesta'", *Yle.fi*, 30.11.2017, <https://yle.fi/uutiset/3-9956425> Luettu 21.11.2018.

¹²³ Fleischer 2017.

¹²⁴ Eriksson & Johansson 2017.

¹²⁵ Jukka Hätinén, "Tämä henkilö vastaa jatkossa Spotifyn suomalaissoittoistoista", *Rumba*, 13.4.2018, <https://www.rumba.fi/uutiset/tama-henkilo-vastaa-jatkossa-spotifyn-suomalaissoittoistoista/> Luettu 5.11.2018.

¹²⁶ Pokkinen 2018a.

¹²⁷ Austin Powell, "Spotify shuts down major third-party service after playlist scandal", *The Daily Dot*, 17.3.2018, <https://www.dailydot.com/upstream/spotify-playlist-scandal/> Luettu 9.11.2018.

¹²⁸ Ääniteiden tuotannossa kilpailu tapahtuu erityisesti sisällön ja markkinoinnin avulla (Wikström 2009). Suoratoistopalveluidenkin osalta niiden tarjonta ja hinnoittelu on sen verran erilaista, että ne ei eivät ole suorassa kilpailusuhteessa (Youtubella on paljon muutakin sisältöä kuin musiikkia, Apple Musicia ei voi käyttää ilmaiseksi jne.).

¹²⁹ Anssi Kela, "Levoton tyttö ja Spotify", *Kela*, 6.11.2013, <http://www.anssikela.com/2013/11/06/levoton-tytto-ja-spotify/> Luettu 6.12. 2016; Anssi Kela, "Mitä hittibiisillä tienaa?", *Teostory*, 4.7.2014, <http://www.teosto.fi/teostory/mit%C3%A4-hittibiisill%C3%A4-tienaa> Luettu 7.12.2016

¹³⁰ Pokkinen 2018a.

¹³¹ Nordgård 2016.

¹³² Tämä malli on kuitenkin vain periaate: esimerkiksi Sonyn ja Spotifyn vuodettu sopimus viittaa siihen, että suurille yhtiöille maksetaan soittomääristä riippumattomia minimikorvauksia, jotka vääristävät tätä periaatetta.

¹³³ Jari Muikku, "Tutkimus: musiikin suoratoistopalvelujen kuukausimaksut olisi mahdollista kohdentaa niille artisteille ja tekijöille, joiden musiikkia kuluttaja kuuntelee", *Muusikkojen Liitto*, 21.2.2018, <http://www.muusikkojenliitto.fi/tutkimus-musiikin-suoratoistopalvelujen-kuukausimaksut-olisi-mahdollista>

kohdentaa-niille-artisteille-ja-tekijöille-joiden-musiikkia-kuluttaja-kuuntelee/ Luettu 3.7.2018; vrt. Nordgård 2016.

¹³⁴ Axa Sorjanen, "Musiikkipalvelu Spotify saattaa ...". Kuka Mitä Häh? [Facebook-ryhmän kommentti-ketju], 14.4.2011 kello 10:04, <https://www.facebook.com/groups/kukamitahah> Luettu 1.11.2018; Michael Robertson, "Why Spotify can never be profitable: The secret demands of record labels", GigaOm, 11.12.2011, <https://gigaom.com/2011/12/11/why-spotify-can-never-be-profitable-the-secret-demands-of-record-labels/> Luettu 10.11.2018. Spotify (kv. emoyhtiö) teki ensimmäisen kerran voittoa vuoden 2018 kolmannella vuosineljänneksellä. Syyskuussa 2018 hyväksytyn nettialustojen koskevan EU-direktiivin on puolestaan tarkoitus paikata "arvokuilua" yhdysvaltalaisomisteisten Youtuben ja Facebookin korvauksissa.

¹³⁵ Tim Ingham, "YouTube earnt \$9bn in revenue last year, towering over Spotify", Music Business World, 5.1.2016, <http://www.musicbusinessworldwide.com/youtube-will-earn-9bn-in-revenue-this-year-towering-over-spotify/> Luettu 24.11.2016. Marty Swant, "Google Search and YouTube Drove Alphabet's Third-Quarter Revenue Growth", Adweek, 27.10.2016, <http://www.adweek.com/news/technology/google-search-and-youtube-drove-alphabets-third-quarter-revenue-growth-174312> Luettu 24.11.2016.

TUTKIMUSAINEISTO

Sanoma- ja aikakauslehdet sekä nettisivut

IFPI. 2018. <http://ifpi.fi/tilastot/> Luettu 29.6.2018.

Kulttuuritalaston taulukkopalvelu. 5.10 Musiikkiaänitteiden nimeketuotanto Suomessa 2000–2016. Tilastokeskus 2018, http://pxhopea2.stat.fi/sahkoiset_julkaisut/kulttuuritalasto/html/suom0004.htm Luettu 29.6.2018.

MULLIGAN, Mark. Music Subscriptions Passed 100 Million In December. Has The World Changed? *Music Industry Blog*, 6.1.2017, <https://musicindustryblog.wordpress.com/2017/01/06/music-subscriptions-passed-100-million-in-december-has-the-world-changed/> Luettu 22.10.2018.

— — —. Could Article 13 Kill Off Music on YouTube? *Music Industry Blog*, 21.6.2018. <https://musicindustryblog.wordpress.com/2018/06/21/could-article-13-kill-off-music-on-youtube/> Luettu 21.6.2018.

Music & Copyright. WMG makes recorded-music market share gains, while indies extend publishing lead. *Music & Copyright*, 12.5.2017, [https://musicandcopyright.wordpress.com/2017/05/12/wmg-makes-recorded-music-market-share-](https://musicandcopyright.wordpress.com/2017/05/12/wmg-makes-recorded-music-market-share-gains-while-indies-extend-publishing-lead/)

[gains-while-indies-extend-publishing-lead/](https://musicandcopyright.wordpress.com/2017/05/12/wmg-makes-recorded-music-market-share-gains-while-indies-extend-publishing-lead/) Luettu 22.10.2018.

— — —. UMG and WMG make recorded-music market share gains, Sony outperforms in publishing. *Music & Copyright*, 15.5.2018, <https://musicandcopyright.wordpress.com/2018/05/15/umg-and-wmg-make-recorded-music-market-share-gains-sony-outperforms-in-publishing/> Luettu 12.10.2018.

TERVONEN, Kari. 2018. *Kuinka suomalaiset kuuntelevat musiikkia 2018*, IFPI Finland ja Teosto, 5.10.2018, https://www.teosto.fi/sites/default/files/files/Teosto_IFPI_tutkimus_Kuinka_suomalaiset_kuuntelevat_musiikkia_2018.pdf Luettu 22.10.2018.

WINTEL 2017. *Wintel Worldwide Independent Market Report 2017*. WIN 2017, <http://winformusic.org/market-reports/wintel2018/wintel-2017/> Luettu 31.12.2018.

Haastattelut ja tiedonannot

HAIKONEN, Sirkku. 14.4.2017. Henkilökohtainen yhteydenotto (sähköposti).

KAARTO, Markus. 1.11.2018. Henkilökohtainen yhteydenotto (puhelin ja sähköposti).

KORJUS, Tapio. 22.3.2017. Henkilökohtainen yhteydenotto (sähköposti).

KYYRÄ, Tommi. 5.11.2018. Henkilökohtainen yhteydenotto (sähköposti).

POKKINEN, Lottaliina. 31.10.2018. Helsinki. Digitaalinen tallenne haastattelijan hallussa.

POKKINEN, Lottaliina. 5.11.2018. Henkilökohtainen yhteydenotto (sähköposti).

SEPPÄLÄ, Roope. 5.2.2014, Helsinki. Digitaalinen tallenne haastattelijan hallussa.

SÄNPÄKKILÄ, Sami. 23.8.2012, Tampere, Digitaalinen tallenne haastattelijan hallussa.

Kirjallisuus

ALASTALO, Marja & ÅKERMAN, Maria. Asiantuntija-haastattelun analyysi: faktojen jäljillä. Teoksessa *Haastattelun Analyysi*. Toim. Johanna Ruusuvuori, Pirjo Nikander & Matti Hyvärinen. Vastapaino, Tampere 2010.

ANDERTON, Chris & DUBBER, Andrew & JAMES, Martin. *Understanding the Music Industries*. Sage, London 2014.

BARNEY, Darin David. Prometheus Wired. The Hope for Democracy in the Age of Network Technology. University of Chicago Press, Chicago 2000.

BIJKER, Wiebe E. & HUGHES, Thomas Parke & PINCH, T. J. & DOUGLAS, Deborah G.. *The Social Construction of Technological Systems. New Directions in the Sociology and History of Technology*. MIT Press, Cambridge (Mass.) 2012.

- BRAUDEL, Fernand. *On History*. University of Chicago Press, London 1980.
- . *Civilization and Capitalism, 15th–18th Century*. Vol. 3, the Perspective of the World. Käänt. Siân Reynolds. Williams Collins Sons & Co Ltd, London 1984.
- BRUSILA, Johannes. Musiikkiteollisuus. Teoksessa *Populaarimusiikin tutkimus*. Toim. Marko Aho & Antti-Ville Kärjä. Vastapaino, Tampere 2007, 44–70.
- BURGESS, Richard James. *The History of Music Production*. Oxford University Press, New York 2014.
- BURKART, Patrick & MCCOURT, Tom. Infrastructure for the Celestial Jukebox. *Popular Music* 3/2004, 349–362.
- CLARKE, John. Of Crises and Conjunctures. The Problem of the Present. *Journal of Communication Inquiry* 4/2010, 337–354.
- ERIKSSON, Maria & JOHANSSON, Anna. Tracking Gendered Streams. *Culture Unbound* 2/2017, 163–183.
- FLEISCHER, Rasmus. Writing the early history of Spotify (excerpt from a forthcoming book), *Copyriot.se*, 14.6.2017, <https://copyriot.se/2017/06/14/writing-the-early-history-of-spotify-excerpt-from-a-forthcoming-book/> Luettu 29.10.2018.
- GALUSZKA, Patryk. Music Aggregators and Intermediation of the Digital Music Market. *International Journal of Communication*, 1/2015, 254–273. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3113> Luettu 30.6.2018.
- HAMMOND, Robert G. The Fallacy of Composition and Disruption in the Music Industry. Teoksessa *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*, Toim. Patrik Wikström & Robert DeFillippi. Edward Elgar Publishing, Cheltenham 2016, 73–94.
- The Handbook of Internet Studies*. Toim. Mia Consalvo & Charles Ess. Blackwell, Chichester 2011.
- HESMONDHALGH, David. Post-Punk's Attempt to Democratise the Music Industry. The Success and Failure of Rough Trade. *Popular Music* 3/1998, 255–274.
- HIRSCH, Paul M. Processing Fads and Fashions. An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems. *American Journal of Sociology* 4/1972, 639–659.
- JONES, Steve. Music and the Internet. Teoksessa *The Handbook of Internet Studies*, 2011. Toim. Mia Consalvo & Charles Ess. Blackwell, Chichester 2011, 440–451.
- KAITAJÄRVI-TIEKSO, Juho. 'A Step Back to the Dark Ages of the Music Industry': Democratisation of Record Production and Discourses on Spotify in Kuka Mitä Häh? Teoksessa *Networked Music Cultures*. Toim. Nowak, Raphaël and Andrew Whelan, 133–150. Palgrave Macmillan, London 2016.
- KIM, Jin. The Institutionalization of YouTube. From User-Generated Content to Professionally Generated Content. *Media, Culture & Society* 1/2012, 53–67.
- KNOPPER, Steve. Appetite for Self-Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age. Simon and Schuster, New York 2009.
- KOIVISTO, Juha & LAHTINEN, Mikko. Historical-Critical Dictionary of Marxism. Conjuncture, Politico-Historical. *Historical Materialism* 1/2012, 267–277.
- LAING, Dave. *One Chord Wonders: Power and Meaning in Punk Rock*. 2. p. PM Press, Oakland (Calif.) 2015 [1985].
- LEHTONEN, Mikko. 'What's Going on?' in Finland. Employing Stuart Hall for a Conjunctural Analysis. *International Journal of Cultural Studies* 1/2016, 71–84.
- LEYSHON, Andrew. Time-Space (and Digital) Compression. Software Formats, Musical Networks, and the Reorganisation of the Music Industry. *Environment and Planning* 1/2001, 49–77.
- LINDVALL, Helienne. Behind the Music. The Real Reason Why the Major Labels Love Spotify. *The Guardian*, 17.8.2009, <http://www.theguardian.com/music/musicblog/2009/aug/17/major-labels-spotify> Luettu 30.10.2018.
- MARSHALL, Lee. 'Let's Keep Music Special. F--- Spotify'. On-Demand Streaming and the Controversy Over Artist Royalties. *Creative Industries Journal* 2/2015, 1–13.
- MJØS, Ole J. Music, Social Media, and Global Mobility. MySpace, Facebook, YouTube. Routledge, New York 2012.
- MUIKKU, Jari. Musiikkia kaikkiruokaisille: suomalaisen populaarimusiikin äänitetuotanto 1945–1990. Gaudeamus, Helsinki 1999.
- . Vinyylin viemää. Äänilevyn tuottamisen karu todellisuus. Työväenmusiikki-instituutti, Helsinki 1988.
- NORDGÅRD, Daniel. Lessons from the World's most Advanced Market for Music Streaming Services. Teoksessa *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. Toim. Patrik Wikström & Robert DeFillippi. Edward Elgar Publishing, Cheltenham 2016, 175–190.
- OJANEN, Mikko. Mastering Kurenniemi's Rules (2012): The Role of the Audio Engineer in the Mastering Process. *Journal of the Art of the Record Production*, 1/2015. <http://doi.org/10.5281/zenodo.267974> Luettu 30.6.2018.
- RANTANEN, Miska. Love records 1966–1979. Tarina, taiteilijat, tuotanto. Schildts, Espoo 2005.

- RITOSALMI, Kirsi. Suurten ja pienten symbioosi. Ääniteluettelojen antama kuva suomalaisen ääniteteollisuuden muutoksesta ja kehityksestä vuosina 1979–1991. Pro gradu, Helsingin yliopisto, 1997.
- ROGERS, Jim. Canary Down the Mine: Music and Copyright at the Digital Coalface. *Socialism and Democracy* 1/2014, 34–50.
- SARJALA, Jukka. Miten tutkia musiikin historiaa? Johdatus näkökulmiin ja menetelmiin. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, Helsinki 2002.
- SIMILÄ, Ville & VUORELA, Mervi. *Valtio vihaa sua. Suomalainen punk ja hardcore 1985–2015*. Like, Helsinki 2015.
- STERNE, Jonathan. *MP3. The Meaning of a Format*. Duke University Press, Durham & London 2012.
- SUOMINEN, Jaakko. Historiallinen verkkotutkimus: Mieli, lähteet, kokonaisuus. Teoksessa *Otteita verkosta: Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Toim. Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen & Minttu Tikka. Vastapaino, Tampere 2013.
- SUOMINEN, Jaakko & ÖSTMAN, Sari & SAARIKOSKI, Petri & TURTIAINEN, Riikka. *Sosiaalisen median lyhyt historia*. Gaudeamus, Helsinki 2013.
- TAYLOR, Timothy D. *Strange Sounds. Music, Technology & Culture*. Routledge, New York 2014[2001].
- THÉBERGE, Paul. 'Plugged in': Technology and Popular Music. Teoksessa *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Toim. Simon Frith, Will Straw & John Street. Cambridge University Press, Cambridge 2001, 3–25.
- WALLIS, Roger & MALM, Krister. Big Sounds from Small Peoples. The Music Industry in Small Countries. Pendragon, New York 1984.
- WIKSTRÖM, Patrik. *Reluctantly Virtual. Modeling Copyright Industry Dynamics*. Väitöskirja, Karlstadin yliopisto 2006. Karlstad University Studies 2006:44
- WIKSTRÖM, Patrik. *The Music Industry. Music in the Cloud*. Polity Press, Cambridge 2009.
- WILLIAMSON, John & CLOONAN, Martin. Rethinking the Music Industry. *Popular Music* 2/2007, 305–322.